

Conseil d'Administration du 12 juillet 2022
Délibération N°CA-2022-22

NATURE : AFFAIRES PEDAGOGIQUES

Objet : "Executive Master Data & Marketing" – Changement des modalités pédagogiques et des tarifs

Vu le code de l'éducation, et notamment son article D741-10 ;

Vu le décret n°89-902 du 18 décembre 1989 relatif aux instituts d'études politiques dotés d'un statut d'établissement public administratif associés à une université ou à une communauté d'universités et établissements ;

Vu le décret n°2019-1123 du 31 octobre 2019 portant création de l'Université Grenoble Alpes et approbation de ses statuts ;

Vu la délibération n° CA-2020-02 relative à la détermination des contrats et délégations du CA au directeur, adoptée par le Conseil d'Administration du 21 février 2020 ;

Vu la délibération n° CA-2021-52 relative aux tarifs des droits et prestations 2022-2023, adoptée par le Conseil d'Administration du 07 décembre 2021 ;

Vu le règlement intérieur de l'IEP de Grenoble modifié, adopté par délibération n° CA-2022-05 du Conseil d'Administration du 18 janvier 2022 ;

Vu la délibération n°CA-2017-05 relative à la convention de partenariat concernant la création de l'Executive Master « Data & Marketing » entre Sciences Po Grenoble et Media Institute, adoptée par le Conseil d'Administration du 14 mars 2017 ;

Vu la délibération n° CA-2021-33 relative au renouvellement de la convention de partenariat avec Media Institute pour la formation l'Executive Master « Data & Marketing », adoptée par le Conseil d'Administration du 23 septembre 2021 ;

La collaboration entre Sciences Po Grenoble et Media Institute, existante depuis 2017, repose sur une volonté commune de proposer une formation à la fois novatrice et opérationnelle, à destination d'un public en formation continue. Il s'agit d'une formation à la stratégie et l'intelligence des data pour le marketing, à destination de cadres et managers du marketing, des études, des médias, non spécialistes de data sciences. Ce positionnement singulier a permis d'ouvrir la formation avec succès durant quatre années consécutives. La formation a accueilli au total plus d'une quarantaine d'apprenants et a toujours bénéficié de retours très positifs de ces derniers.

Depuis son origine, la formation dure 18 journées, réparties sur 10 mois, au tarif de 6 800 Euros. Il existe également un tarif pour les personnes s'autofinçant, de 4 000 Euros.

Ces prix de vente, qui étaient semble-t-il inférieurs à la norme des formations diplômantes en data marketing, n'ont jamais été réévalués depuis 4 ans.

Il a été constaté par ailleurs qu'une durée de 18 jours répartis sur presque une année, ne semble plus correspondre aux attentes du marché, qui plébiscite des formats plus condensés.

Avec la crise pandémique, la dernière année (2021-2022) de l'Executive Master a vu son nombre d'inscriptions baisser, et dans l'état actuel, il existe un risque, de ne pas pouvoir ouvrir la formation certaines années. Or, il apparaît essentiel, pour garder la bonne dynamique de la formation et notamment son réseau d'intervenants, de ne pas connaître d'année « blanche ». Il semble également stratégique de modifier les modalités pédagogiques et les tarifs pour pouvoir ouvrir à la rentrée prochaine (2022-2023) et de bénéficier de la dynamique impulsée par Efelvia MIAI et tenter une labellisation.

Dans cette perspective, il est proposé au Conseil d'Administration de faire évoluer la formation à la rentrée 2022 avec les changements suivants :

Conseil d'Administration

- Une durée totale réduite à 12 jours, permettant de concentrer les interventions sur 6 mois et non 10, afin de répondre aux attentes du marché
- Un format hybride : 5 jours de présentiel, 7 jours en distanciel
- Un programme optimisé, prenant en compte l'expérience des 4 années, qui pourrait bénéficier de la nouvelle dynamique de MIAI
- Une tarification revue : 5 900 Euros en tarif unique (prise en charge par un tiers ou autofinancement)

La réduction de la durée d'enseignement n'altère pas les ambitions pédagogiques de l'Executive Master : dans les MCC qui ont été travaillées et seront présentées au conseil d'Administration de septembre 2022, les apprenants réaliseront les mêmes types de travaux tutorés tout au long de la formation, avec pour achèvement leur mémoire d'action professionnelle soutenu devant un jury.

Cependant, l'expérience contrainte du distanciel durant la pandémie, a permis de développer d'autres approches pédagogiques comme des formes de tutorat asynchrone, permettant de réduire un certain volume d'heures d'encadrement en classe. Il a été constaté l'intérêt de condenser certaines interventions : ainsi certaines sessions d'une demi-journée, peuvent être utilement ramenées à environ 2 heures. Enfin, quelques heures d'initiation à la data science et certains témoignages d'usages « data marketing » peuvent être parfois redondants. Au final, Il est donc possible de maintenir une bonne qualité d'enseignement et couvrir l'ensemble des champs utiles à la compréhension des stratégies data pour le marketing dans un cadre temporel réduit.

Le tarif de 5900 Euros permettrait de lancer la formation dès 5 inscrits et serait donc un gage de pérennité de la formation. Notre partenaire Média Institute commercialise des formations de même durée (notamment son Certificat Marketing Digital) avec succès. Les échanges auprès de prospects cette année sur la base de ce prix et de cette durée sont encourageants.

Il a également été constaté que le système de double tarification faisait courir le risque d'un effet d'aubaine pour les entreprises, dont certaines proposent à leurs salariés de s'inscrire à titre individuel et les indemnise par ailleurs. C'est donc régulièrement un manque à gagner de 2800 Euros sur un certain nombre de candidatures.

Annexes :

- *Convention de partenariat de formation professionnelle continue "Executive Master Data & Marketing" et son annexe*

Il est proposé au Conseil d'Administration de décider : d'approuver le changement des modalités pédagogiques et des tarifs.

Le président fait procéder au vote.

Résultat des votes :

Nombre de présents : 13
Nombre de procurations : 8
Votes « Pour » : 21
Votes « Contre » : 0
Abstentions : 0

Décision du Conseil d'Administration : les modifications des modalités pédagogiques et des tarifs de « l'Executive Master Data & Marketing » sont approuvées à l'unanimité.



Jean-Luc Névache
Président du Conseil d'administration