



FORMATION

# Quand enseignants et entreprises collaborent

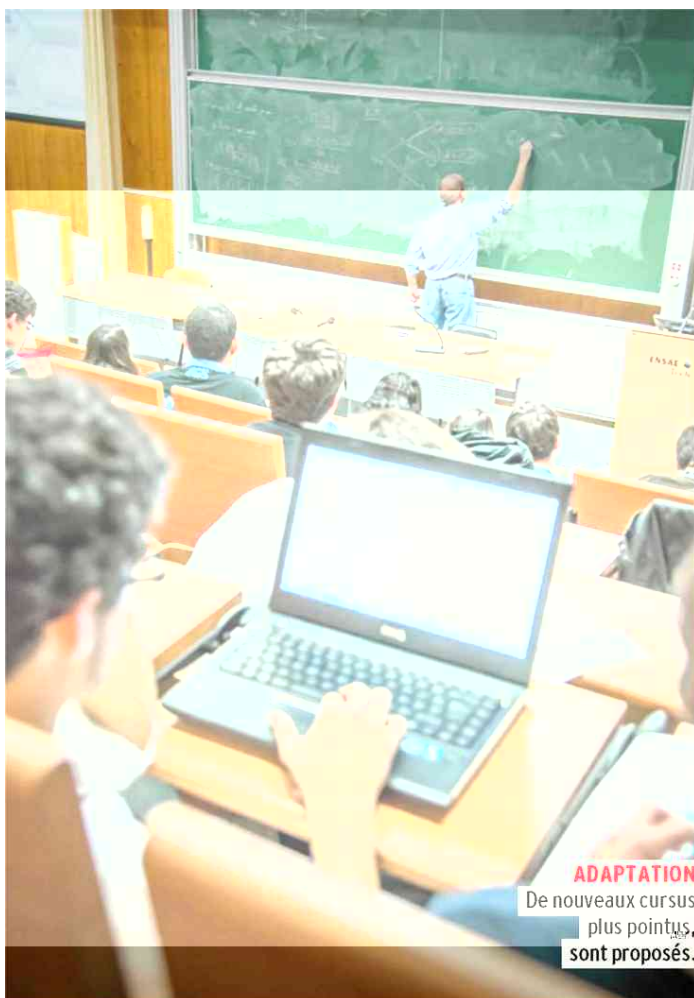
Le monde de l'éducation est en train de changer. Les enseignants et les entreprises collaborent de plus en plus. Cette collaboration permet de créer des formations innovantes et de mieux préparer les étudiants à la vie professionnelle. Les entreprises apportent leur expertise et leurs ressources, tandis que les enseignants apportent leur savoir-faire et leur expérience pédagogique. Cette collaboration est bénéfique pour tous les acteurs de l'éducation et de la formation.

Les entreprises ont besoin de talents innovants et créatifs. Elles cherchent des étudiants qui ont des compétences techniques et professionnelles, mais aussi des compétences transversales comme la communication, le travail d'équipe et la résolution de problèmes. Les enseignants peuvent aider les étudiants à développer ces compétences en intégrant des projets pratiques et des cas d'étude dans leurs cours.

Les enseignants ont besoin de ressources et de soutien pour améliorer leur enseignement. Les entreprises peuvent leur offrir des formations continues, des ateliers de travail et des outils pédagogiques innovants. Cette collaboration permet également de créer des partenariats durables et de mutualiser les ressources.

Les étudiants bénéficient de cette collaboration car ils ont accès à des formations plus riches et plus pratiques. Ils peuvent apprendre des professionnels du secteur et travailler sur des projets concrets. Cette expérience leur permet de mieux comprendre les exigences du monde du travail et de se préparer plus efficacement à leur future carrière.

En conclusion, la collaboration entre enseignants et entreprises est une tendance qui s'accroît et qui a un impact positif sur l'éducation et la formation. Elle permet de créer des formations innovantes, de mieux préparer les étudiants à la vie professionnelle et de mutualiser les ressources. Cette collaboration est bénéfique pour tous les acteurs de l'éducation et de la formation.



qu'illustre notamment le bon taux d'intégration des jeunes diplômés de la RC sur le marché du travail. 85 % des anciens étudiants de l'ENSAE sont titulaires d'un CDI. Au-delà des bacs + 5, la RC s'invite aussi du côté des BTS de Management d'unité commerciale (MUC) et de Négociations relation client (NRC), ainsi que dans la formation continue. A tous les niveaux : opérationnels, techniques, hiérarchiques... Sur tous les postes : commercial terrain ou sédentaire, gestionnaire de compte, service après-vente (SAV), nouveaux métiers tels les *community managers* ou les *Data Scientist*... Les employeurs jalonnent les parcours de carrière des collaborateurs de cursus de formation. Cela pour accroître l'efficacité de leur service client. Mais pas seulement... « Le développement des compétences et de l'employabilité fait dorénavant partie de la stratégie des entreprises pour la fidélisation et la rétention des talents (NDLR : voir page suivante) », précise Laurent Blanchard.

Tout comme la RC, l'*executive education* surfe elle aussi sur les révolutions technologiques. « Les directions de services formation doivent être capables d'une veille technologique de pointe, à même de permettre le transfert instantané de la bonne formation au bon collaborateur », analyse Éric Motillon, expert en management et fondateur-directeur du cabinet de conseil en ressources humaines H.First. Selon lui, les directions de services formation ont même tout intérêt à transférer aux salariés la responsabilité de formaliser eux-mêmes, en ligne, une partie de leurs besoins en savoir, par exemple via les *Massive open online courses* (MOOC — Formations ouvertes et à distance en téléenseignement). La relation client n'a pas fini de se professionnaliser... ● **Julie Le Bolzer**

## TROIS QUESTIONS A JULIEN POUGET, DIRECTEUR DE L'ENSAE PARISTECH



**Qu'est-ce qui a motivé la création d'une formation au Big Data par votre établissement ?**

↳ Ces prochaines années, les Big Data devraient générer nombre d'emplois

informatique (en particulier sur les outils nécessaires au traitement des Big Data) et en économétrie. Puis les élèves peuvent choisir un des trois parcours de spécialisation : en marketing quantitatif et aide à la décision ; en statistique et apprentissage ; et en économie