**Compte-rendu du PNF :**

**LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES MÉTIERS DE SERVICE**

Date : lundi 03/02/2020

Lieu : MGEN - Paris

Christine GAUBERT-MACON

Doyenne du Groupe Economie et Gestion

IGESR (Inspection Générale de l’Éducation, du Sport et de la Recherche)

Académie de Grenoble :

Carole André – Lycée Louise Michel – GRENOBLE

Elisabeth Campain – Lycée Gabriel Fauré – ANNECY

Stéphane Bessière – IA IPR Economie et Gestion – GRENOBLE

Les technologies numériques ont profondément modifié les processus organisationnels et les modalités de communication des organisations (entreprises, institutions publiques ou encore associations). Le management doit mettre en œuvre de nouvelles stratégies s’insérant dans un vaste mouvement de digitalisation des relations avec des partenaires internes et externes et intégrant de nouveaux comportements des clients comme des usagers. C'est bien l’ensemble des enseignements d’économie et gestion qui doivent ici apporter de nouvelles grilles de lecture de ces transformations numériques au sein des organisations.

Les effets de la dématérialisation, de l’automatisation, de la désintermédiation/réintermédiation modifient aussi le travail des acteurs au sein des organisations et nécessitent de nouvelles compétences. Les formations professionnelles liées aux métiers des services ont à intégrer cette nouvelle donne, non seulement en termes d’animation pédagogique mais plus encore en termes de “numérique professionnalisant”.

À partir de témoignages d’organisations engagées dans ces transformations numériques et de pratiques enseignantes, on observe comment l’économie et gestion prend en compte ces nouveaux besoins de formation, que ce soit dans l’enseignement professionnel pré-bac (du CAP au Bac pro) et post-bac (BTS) ou dans l’enseignement technologique (STMG) et supérieur (CPGE, expertise comptable).

Les pitchs de présentation des pratiques pédagogiques sont présentées à l’adresse suivante : <https://www.reseaucerta.org/pnf-transformation-numerique>

**LES ORGANISATIONS ET LES TRANSFORMATIONS NUMÉRIQUES**

**Elisabeth Campain – Lycée Gabriel Fauré – ANNECY**

Les témoignages de Bertrand Souquet, délégué national MGEN, Cyril Bourgois, directeur de la stratégie, de la transformation digitale et de l'innovation - Groupe Casino, Carlos Mateus, directeur commercial des solutions cloud – Microsoft, Nicolas Tissot, directeur des systèmes d’information d’Inter Mutuelles Assistance, font apparaître les éléments de la transformation numérique qui impactent les organisations.

**Évolution des contextes :**

* Mutations de la protection sociale par le fait de la concurrence et le renforcement de la réglementation.
* Mutations de la grande distribution par les exigences des consommateurs et l’essoufflement du modèle des hypermarchés. Les groupes deviennent des market places. Progressivement le e-commerce s'est imposé.
* Mutations technologiques (réseaux sociaux, cloud, Intelligence Artificielle) et nécessités de sécurisation.

**Évolution des métiers :**

* Disparition des métiers à faibles compétences (ex : facturation automatisée).
* Disparition des métiers de « personnel de caisse » pour des métiers de conseil : les organisations doivent introduire de nouveaux outils pour répondre aux besoins du client et former le personnel (ex : formation du personnel sur le paiement en ligne).
* Impact sur la gestion des RH : Ouverture le dimanche personnel (le personnel y serait favorable).

**Évolution des compétences en T :**

Horizontalement on retrouve le socle commun de connaissances :

* Bonne maîtrise du français et de l'anglais,
* Nécessité de comprendre les Systèmes d’information,
* Manipuler les différents supports,
* Curiosité,
* Autonomie,
* Savoirs être / soft skills : communiquer, empathie, patience, savoir travailler en équipe, compétences transversales.

Et verticalement une spécialisation :

* Maîtrise des logiciels métiers,
* Maîtrise du cœur de métier.

Si l’évolution du numérique entraîne des compétences nouvelles : analytique, diagnostic, techniques, les métiers de service ne doivent pas perdre les compétences liées aux relations humaines.

Quelles réponses pédagogiques sont apportées en Économie /gestion ?

**LES RÉPONSES DE L’ECONOMIE ET GESTION AUX DÉFIS DES TRANSFORMATIONS NUMÉRIQUES**

**Carole André – Lycée Louise Michel – GRENOBLE**

|  |  |
| --- | --- |
| **Entreprise** | **My Serious Game Start up** |
| **Equipes/niveau de formation** | Florent TERRAS – Consultant pédagogique |
| **Description du dispositif** | Concepteur de **Jeux sérieux** |
| **Définition des jeux sérieux** | « Tout jeu dont la finalité est autre que le divertissement » Michael & Chen  Les contenus formatifs sont transposés en période de jeu. |
| **Intérêt des jeux sérieux** | La motivation des apprenants.  Un apprentissage par essais erreurs.  L’individualisation des parcours, chacun apprend à son rythme.  Des interactions pédagogiques entre apprenants et avec l’enseignant.  La possibilité pour l’enseignant, grâce au tracking, de repérer facilement les points de douleur. |
| **Points de vigilance** | La nécessité d’un accompagnement pédagogique.  La nécessité de fixer un ou des objectifs précis afin de permettre une évaluation.  Cela mobilise des ressources humaines, du temps, etc… |
| **Illustration** | La mise en place pour le GRETA d’un dispositif formatif pour les aides-soignants avec du e Learning et de la réalité virtuelle pour de la mise en pratique.  Formule avec licence établissement qui permet aux étudiants de se former de chez eux, à leur rythme avec des temps d’évaluation préalablement intégrés. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Établissement** | **LP Perseigne de Mamers dans la Sarthe –**  **Académie de Nantes** |
| **Équipes/niveau de formation** | Baccalauréat Professionnel – Enseignant : Julien Chevée Métiers de la relation clients |
| **Description du dispositif** | Les élèves travaillent dans une entreprise qui crée et commercialise du mobilier de bureau à l’attention des particuliers et des entreprises. Ils sont chargés de développer la relation clients de leur point de vente en appréhendant le parcours omni canal des prospects et la dimension digitale. |
| **Objectifs** | Susciter l’appétence des élèves pour ces nouveaux outils et développer leur motivation.  Faire évoluer les pratiques pédagogiques pour les mettre en phase avec l’évolution de la digitalisation des pratiques professionnelles. |
| **Outils** | Ils vont donc devoir **créer le site Internet** de l’entreprise **avec une fonction tchat** afin de pouvoir traiter les demandes des prospects (**WIX**). Puis, pour la rencontre avec le prospect ils créent la carte de visite (**Canva**) du commercial sur laquelle un QR Code est intégré afin d’accéder au catalogue (**Flipsnack**). Enfin, une fois la demande du client traitée ils utilisent un système de dessin 3D (**Kozi Kaza**) et de réalité augmentée (**Reveal HP**) afin que le client visualise les produits dans leur environnement. |
| **Conséquences sur les compétences** | Les élèves s’engagent assez facilement sur ce type d’activités nouvelles. |
| **Difficultés rencontrées** | Mais ce sont des activités très chronophages.  Il est donc nécessaire d’essayer de trouver un équilibre afin que les élèves ne restent pas sur l’objet et qu’ils acquièrent vraiment des compétences. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Établissement** | **Immersion et simulation – Lycée Louise LABE – Académie de Lyon** |
| **Equipes/niveau de formation** | BTS SAM Enseignants : Nabil KERFI et Philippe PICON |
| **Description du dispositif** | L’équipe enseignante a constaté l’omniprésence du digital dans les activités professionnelles des assistants manager. Elle a donc souhaité intégrer cette dimension dans l’ensemble de ses enseignements. Les enseignants ont fait le choix de créer une entreprise virtuelle, Let’s Digital, agence de communication digitale, dans laquelle les étudiants sont recrutés puis rendent des services à d’autres entreprises. Cette entreprise sert de fil rouge à l’ensemble des enseignements professionnels et généraux. Elle permet de combiner les 3 socles du référentiel du BTS  SAM : la gestion de projets – l’optimisation des process et les Ressources humaines.  Cette organisation permet de satisfaire le projet des 5 D :   * Digitalisation des outils, * Dématérialisation des activités, * Développement scénarisé, * Décloisonnement des espaces et des enseignements, * Différentiation pédagogique.   La progression pédagogique est pensée par rapport à l’activité de l’entreprise. Par exemple, les étudiants de 2e année recrutent les étudiants de 1ere année, donc ces derniers ont préparé leur CV, leur lettre de motivation, se préparent à l’entretien, si possible avec les nouvelles technologies, CV vidéo, réalité virtuelle. Des partenaires professionnels interviennent pour les entretiens de recrutement, une partie de l’entretien peut se dérouler en langues étrangères. Les étudiants produisent des services comme des vidéos, des plaquettes, etc… à l’aide des outils.  Ces productions sont conservées par les étudiants dans leur porte folio ou sur un livret de compétences. Cela leur permettra d’attester des compétences acquises. |
| **Objectifs** | Les objectifs sont que les étudiants sachent utiliser les outils digitaux et/ou sachent s’adapter rapidement à cet environnement. |
| **Outils** | 1. Création d’un espace de travail approprié avec une salle de réunion, un espace informatique en marguerites, un espace de travail et un espace d’accueil. L’ensemble des enseignements, professionnels et généraux, se déroule dans cet espace. 2. Cet espace est équipé **d’ordinateurs fixes et portables**, du **Wifi** afin que les étudiants puissent utiliser leur smartphone. 3. L’ensemble de la documentation est sur **un espace collaboratif**, sur des **Mooc** et sur le **SIRH.** 4. L’outil de communication privilégié entre enseignants et entre étudiants et enseignants est **Whatsapp**. |
| **Difficultés rencontrées** | Il est nécessaire de créer des outils de pilotage adaptés. Dans un premier temps, certains enseignants ont eu recours à un fichier Excel avec des niveaux de couleurs correspondant à des compétences, d’autres ont utilisé la matrice du SIRH que l’étudiant complète. Puis l’équipe utilise l’entretien individuel avec l’étudiant comme en entreprise, entretien au cours duquel l’étudiant défend son positionnement. |
| **Conséquences sur les compétences** | L’incidence de cette organisation sur l’acquisition des compétences est encore difficile à mesurer. Les bons profils d’étudiants ont acquis une capacité d’analyse du travail effectué et du choix de l’outil adapté Mais surtout, l’incidence sur la motivation des étudiants, notamment ceux issus de baccalauréats professionnels, est réelle. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Etablissement** | **La classe active, un enseignant collaborateur – Lycée Koeberlé – Académie de Strasbourg** |
| **Equipes/niveau de formation** | Tle STMG spécialité Ressources Humaines et Communication : Christine BOLIN |
| **Description du dispositif** | Pas de cours magistraux. Les thèmes et la documentation est accessible en ligne sous forme de cas complexes que les élèves doivent traiter à leur rythme.  Cela permet des pratiques différenciées au niveau des supports de l’action, de l’évaluation et de la remédiation. L’élève est acteur. Il doit réaliser une quantité de travaux fixée par l’enseignant sur une période donnée. L’enseignant intervient comme ressource pour aider l’élève si besoin.  Les élèves doivent restituer les travaux à des échéances fixées par l’enseignant grâce à une plateforme collaborative. |
| **Objectifs** | * Développer l’autonomie des élèves * Développer leur implication dans le travail * Favoriser leur responsabilisation |
| **Outils** | Les cours, les supports sont accessibles sur la **plateforme Moodle**. Les élèves disposent du **pack office** pour réaliser leurs travaux. Ils utilisent **la plateforme Google drive** pour partager leurs travaux avec l’enseignant. Ils réalisent des QCM sur **Socrative** pour s’évaluer, **des jeux sérieux**, etc.. |
| **Difficultés rencontrées** | Les moyens matériels : la possibilité d’avoir le **Wifi** et la **4 G.**  Le regard des autres enseignants sur l’ambiance classe qui n’est pas conventionnel : les élèves se déplacent, discutent entre eux, écoutent de la musique.  Mais organisation très bien accueillie par les élèves et soutenue par les équipes de Direction. |
| **Conséquences sur les compétences** | Une petite analyse statistique a permis de constater, au niveau de l’établissement, une augmentation du nombre de mentions au baccalauréat et beaucoup moins d’absentéisme. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Établissement** | **Digital et pratiques pédagogiques, sujet et objet d’enseignement – Ecole nationale de commerce Paris – Académie de Paris Créteil Versailles** |
| **Equipes/niveau de formation** | BTS NDRC Enseignants : Camille PARNET & Patrick ROUSSEL |
| **Objectifs** | Avec la rénovation du BTS NDRC, le digital s’invite comme sujet et comme objet d’enseignement. Il s’agit d’apprendre aux étudiants à utiliser les outils digitaux à bon escient. |
| **Description du dispositif /Outils** | Le digital doit être abordé comme une compétence à acquérir pour les étudiants, comme un outil de communication avec les étudiants, comme un outil de collaboration avec et entre étudiants et comme une culture de la formation.   * Compétences :   Les étudiants apprennent à faire un Cv sur **Linkedin**, un **Cv vidéo**, sont inscrits à la **certification PIX** qui valide un background culturel sur le digital, et à la **certification Voltaire.**  Ils utilisent **Wordpress** et **Prestashop** pour créer et gérer leurs propres sites internet ainsi que le CRM **Hubspot**   * Communication omni canal avec l’étudiant au cœur de la communication :   Communication quotidienne via le groupe **Whatsapp** de la classe et Pronote.  Communication formelle via les mails avec leur **adresse gmail.**  Communication avec le lycée via **l’ENT.**  Communication pédagogique via **le Drive de Google** afin qu’ils puissent accéder à ces ressources même un fois le BTS validé, et via **le site internet NDRC** accessible à l’ensemble de l’équipe pédagogique.   * Collaboration :   Le **Drive** est utilisé par les étudiants et les enseignants pendant les périodes de stage afin qu’ils rendent compte des activités réalisées en entreprise. Les étudiants utilisent aussi **Cerise** comme passeport professionnel pour suivre l’acquisition des compétences.   * Culture digitale de la formation :   Création d’une page **Linkedin** de la section en libre accès aux étudiants avec les enseignants comme modérateurs.  Création d’une page **Facebook** de la section.  Création du **site NDRC de l’ENC Bessières.** |
| **Difficultés rencontrées** | Pas de difficulté particulière. Les étudiants sont très motivés par l’utilisation de ces outils. Les plus expérimentés partagent leur expérience avec les étudiants novices. |
| **Conséquences sur les compétences** | La mise en pratique oblige aussi les étudiants à réfléchir sur la partie théorique comme par exemple avec le choix des mots clés dans un article pour permettre son référencement. |