

La formation à distance au service des programmes HEC

EN BREF



L'enjeu

Offrir aux participants de l'Executive MBA un accès illimité à plus de soixante-dix sessions de formation à distance, pour parfaire leur maîtrise des fondamentaux académiques : finance, marketing, gestion, management de projet, supply chain ou encore stratégie.

HEC en bref

Regroupant plus de 3 000 étudiants, la grande école vient d'être consacrée pour la deuxième année consécutive numéro un en Europe par le Financial Times. Ses professeurs permanents publient dans les revues internationales les plus prestigieuses, 113 accords de coopérations académiques ont été signés dans plus de 39 pays et son MBA comme ses programmes pour dirigeants figurent dans le top 20 au niveau mondial.



► À la fois client et partenaire pédagogique de CrossKnowledge, HEC fait bénéficier ses étudiants des contenus de formation à distance développés dans le cadre du partenariat avec l'éditeur.

Les participants aux programmes de formation continue d'HEC sont, pour la plupart, des dirigeants en activité, avec des contraintes de temps extrêmement fortes. Partant de ce constat, HEC signe en 2002 un partenariat avec CrossKnowledge dont l'objectif est de proposer un dispositif de formation de qualité, flexible et adapté à leur situation. Il s'agit d'optimiser la mise à niveau des participants mais aussi de préparer et de compléter le présentiel. Jusqu'en 2001, les participants à l'Executive MBA se voyaient par exemple proposer deux jours de formation aux prérequis de la finance, afin d'être en mesure de suivre les formations en salle sans être à la traîne. Cette formation a disparu depuis la signature du partenariat, au profit des sessions d'autoformation. La création de parcours "blended", associant présentiel et distanciel au sein de ces programmes diplômants (Executive MBA, Mastères...) permet désormais aux dirigeants et cadres supérieurs inscrits de bénéficier d'un accès illimité à plus de soixante-dix sessions de formation à distance CrossKnowledge sur les fondamentaux académiques : finance, marketing, gestion, management de projet, supply chain ou

encore stratégie... *"La peur de ne pas être au niveau est grande. Il y a un côté challenge ! Ce sont par ailleurs des profils qui ne supportent pas de perdre leur temps. C'est ce qui explique leur motivation à valider l'acquisition des fondamentaux pour profiter pleinement de l'apport des formations en salle"*, souligne Nathalie Lugagne, directrice des études d'HEC Executive Education.

Hétérogénéité des niveaux

Chaque année, ils sont environ deux cents à participer à l'Executive MBA. La plate-forme de formation (Learning Management System) mise à disposition par CrossKnowledge leur permet d'accéder aux différentes sessions tout en conservant un historique de leur parcours. S'ils se prévalent en moyenne de quatorze années d'expérience professionnelle sur des postes à responsabilités importantes, les participants présentent pour autant des niveaux hétérogènes. Ne serait-ce que par la diversité de leurs formations initiales. 32 % sont ainsi diplômés d'écoles d'ingénieurs tandis que 14 % viennent d'écoles de commerce et 20 % ont un niveau de troisième cycle universitaire. À partir de là, au-delà de leur

TÉMOIGNAGE

“Nous sommes en veille permanente pour identifier les problématiques que nos professeurs peuvent transférer en ligne dans le cadre du partenariat avec CrossKnowledge... C’est une façon pour HEC de mettre en avant sa valeur ajoutée pédagogique.”

Nathalie Lugagne,
Directrice des études d’HEC Executive Education

expérience, les inscrits n’ont pas acquis les mêmes fondamentaux académiques. Certains n’ont, par exemple, jamais été amenés à se pencher de près sur un bilan comptable. C’est ainsi que 97 % des participants à l’Executive MBA suivent chaque année les sessions de formation en ligne de CrossKnowledge. Un très fort taux de participation qui s’explique par deux raisons principales.

La pression des prérequis

La première tient au fait que les ressources en ligne sont complètement intégrées au programme. Il est clairement spécifié que, sur les 800 heures de formation de l’Executive MBA, 500 se déroulent en présentiel. Les 300 heures restantes sont consacrées en partie à de l’autoformation : *“Nous indiquons les prérequis correspondant à tous les contenus qui vont être apportés en salle. En fonction de leur planning, les inscrits sont ainsi en mesure de savoir quelles sont les sessions de formation qu’il leur faut privilégier. Cette problématique de l’hétérogénéité des niveaux est surtout valable pour la formation continue. Beaucoup moins pour la formation initiale. Et même si les niveaux sont plus homogènes, les sessions sont également proposées dans le cadre de Mastères spécialisés. C’est un plus que l’on propose en leur donnant accès à un catalogue de sessions de formation en ligne en complément de leurs études.”*

Cohérence pédagogique

Le taux de participation s’explique aussi par la cohérence pédagogique de l’approche. Les contenus proposés en ligne aux apprenants ont été au préalable validés par les directeurs pédagogiques qui, en fonction de leur spécialité, veillent à la qualité et à la cohérence des apports. Et cela tant pour les méthodologies utilisées en salle que pour celles embarquées dans les ressources en ligne.

En mettant les utilisateurs en situation, au travers de cas pratiques leur permettant d’acquérir indirectement des concepts fondamentaux, l’approche de CrossKnowledge a manifestement séduit. Tout comme le format court de chaque session, très adapté à une population dont le temps est précieux. La cohérence pédagogique est d’autant plus forte que des professeurs réputés d’HEC se sont déjà impliqués dans la réalisation des programmes de formation CrossKnowledge.

Le label HEC en plus

Pascal Quiry, professeur de finance et directeur de l’équipe de valorisation et d’ingénierie boursière de BNP-Paribas, est ainsi l’auteur de trois programmes CrossKnowledge, labellisés par HEC Paris. Jean-Pierre Détrie, qui dirige le Mastère Strategic Management, est l’auteur de deux autres programmes. Jacques Lendrevie a intégré les fondamentaux du marketing dans trois programmes.

Ces auteurs contribuent à faire le lien entre les sessions et les approches pédagogiques des professeurs en présentiel. L’expérience est d’autant plus enrichissante pour les auteurs que CrossKnowledge a mis en place une méthode pour que le transfert des savoirs prenne le minimum de temps. Pour Nathalie Lugagne, *“nous sommes en veille permanente pour identifier les problématiques que nos professeurs peuvent mettre en ligne. Nous venons d’ailleurs de terminer un programme sur la supply chain développé par Gérard Baglin et Olivier Bruel. Il y a certainement des choses à faire sur le développement personnel et le leadership. C’est une façon pour HEC de mettre en avant sa valeur ajoutée pédagogique.”* Encore de nombreux thèmes en perspective !

