

gnement

# Quels sont les critères pour bien choisir son MBA?

Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce? Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce?

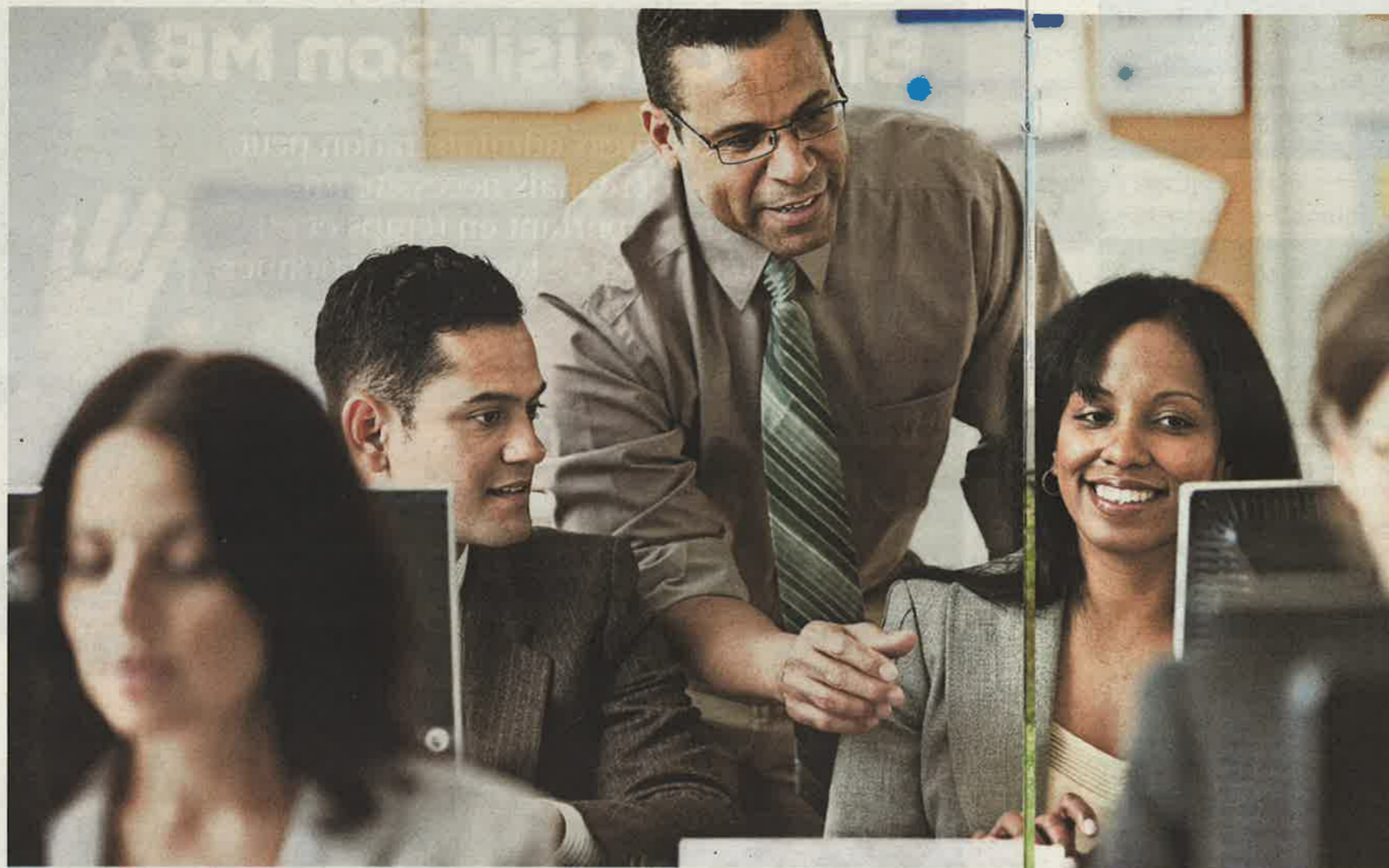
Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce? Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce?

Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce? Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce?

Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce? Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce?

Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce? Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce?

Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce? Quelles sont les conditions pour réussir à dans les études de commerce?



Les candidats à un MBA doivent se renseigner auprès d'étudiants qui sont en train de suivre la formation souhaitée ou qui l'ont achevée récemment. CORBIS

## Un MBA, c'est quoi déjà?

Le master of business administration, mieux connu sous ses initiales MBA, est le diplôme international d'études supérieures par excellence dans le domaine des affaires, du business. Venu tout droit des Etats-Unis, le MBA, le plus souvent dispensé en anglais, s'adresse généralement à des jeunes cadres et leur offre une formation axée sur le fonctionnement et la gestion de

l'entreprise afin de les préparer à exercer des responsabilités d'encadrement à haut niveau. Pendant un ou deux ans selon les formules, les étudiants accumulent des connaissances dans cinq domaines clés: le management, le marketing, la stratégie, les ressources humaines et la finance. Chaque business school possède ses propres spécialisations à côté de l'apprentissage de ce tronc commun.

mique du monde, pense Katrin Muff, directrice du programme MBA. On ne peut pas former uniquement aux vieux standards du MBA. Une réflexion plus poussée et une pédagogie adaptée à l'apprentissage expérimental doivent entrer en jeu. Enfin, il y a une volonté de mettre en avant le partenariat écoles-entreprises, qui invite les chefs d'entreprise eux-mêmes à intervenir dans le cadre des MBA. Eric Willumsen plante le décor: «Il n'y a pas un MBA idéal, mais un MBA pour chacun.»

**L'accréditation**  
Premièrement, pour bien choisir son

MBA, nos interlocuteurs s'accordent à dire qu'il faut s'assurer que celui-là est au bénéfice d'une accréditation: AACSB, IACBE, ACBSP, AMBA ou EQUIS, qui sont les cinq accréditations (étasuniennes ou européennes) les plus connues. «Cela permet la reconnaissance et la qualité du titre à l'international», explique Samir Sbih, directeur adjoint de l'université IFM à Genève.

**Le prix**  
La somme à déboursier pour un MBA peut influencer le candidat vers l'un ou l'autre des établissements, même si les établissements romands se situent plus ou moins dans la même fourchette. «Evidemment, on fait son choix en fonction de sa bourse. Mais le prix ne doit pas être déterminant», ajoute Eric Willumsen.

-  **Eric Willumsen**  
International University in Geneva
-  **Katrin Muff**  
Business School de Lausanne
-  **Samir Sbih**  
Université IFM à Genève
-  **Jean-Claude Charrière**  
ESM Genève

«A l'International University in Geneva, nous avons un système anglo-saxon: l'étudiant est facturé selon le nombre de cours qu'il veut suivre durant le trimestre», ajoute Eric Willumsen.

**Le rythme du cursus**  
Cet aspect est aussi capital: le temps partiel sur dix-huit à vingt-quatre mois se destine davantage aux personnes en emploi alors que le temps plein sur douze à dix-huit mois conviendra mieux aux jeunes étudiants ou à des étrangers ayant pris un congé sabbatique. «A l'ESM, nous avons deux programmes de MBA identiques, illustre Jean-Claude Charrière. L'un est dispensé le samedi et accueille des gens entre 30 et 35 ans qui ont des emplois à 100%. L'autre a lieu en semaine, en cours du soir, avec des jeunes d'environ 27 ans sortant d'un parcours universitaire et ayant une expérience professionnelle moindre.»

**La langue**  
Ce critère est aussi fondamental. La plupart des MBA étant dispensés en anglais, il faut afficher une bonne maîtrise de la langue. Toutefois, signalons que l'Ecole de management et de communication propose son MBA en français et que l'IFM va en

**Le corps professoral**  
Sur le fond, il est préférable que les candidats au MBA se renseignent auprès d'actuels ou d'anciens étudiants sur la formation et le profil des professeurs qui dispensent les cours. «Le MBA doit être plus pragmatique qu'académique, opine Jean-Claude Charrière, directeur de l'ESM. L'implication des professeurs sur le terrain et le milieu de l'entreprise donne toute sa puissance au MBA. Par exemple, chez nous, pour n'en citer que deux, le premier est responsable du développement durable et qualité dans une multinationale lausannoise et le second, enseignant le marketing, est à plus de cent analyses d'implantation pour les surfaces de la grande distribution française.» Allier savoir et pratique, c'est aussi ce à quoi aspire l'IFM. «Tous nos professeurs ont une longue expérience dans leur domaine d'enseignement, ajoute Samir Sbih. Ce sont des experts, des managers, des CEO ou des directeurs d'entreprise. Il est important d'offrir une formation en phase avec l'actualité et les besoins des entreprises.»

**Le lieu d'étude**  
«Il y a une grande concurrence internationale dans les MBA, remarque le directeur adjoint de l'IFM. Nous expliquons à nos futurs étudiants que nos formations auront des débouchés à l'international, mais aussi en Suisse, notamment dans des secteurs porteurs en rapport avec les spécialisations.» Effectivement, la Suisse est la première place de la gestion de fortune, leader en Europe pour la création d'entreprise et est la principale place de négoce. Exemple: 35% du pétrole mondial est géré depuis la Cité de Calvin, d'où l'ouverture en octobre à l'IFM d'un MBA spécialisé en pétrole, gaz et énergie.

**Rencontrer l'école**  
Une fois ces étapes passées, certains établissements proposent de venir à la rencontre de l'école. «Nous organisons des journées portes ouvertes tous les deux ou trois mois lors desquelles les personnes intéressées peuvent visiter l'école, suivre un cours et échanger avec les étudiants», indique Katrin Muff, de la Business School Lausanne. Ces journées incluent aussi une présentation du pro-

formelles avec des enseignants et des étudiants autour d'un apéritif, suivies par l'intervention d'experts et la possibilité d'échanger avec les acteurs du MBA. «La source d'information extérieure est très importante, poursuit Eric Willumsen. C'est pour cette raison qu'un étudiant potentiel doit demander deux choses: assister gratuitement à un cours et entrer en contact avec quelques anciens élèves. C'est la meilleure façon de découvrir un programme et de voir si on a le niveau pour l'intégrer.» Même fonctionnement à l'ESM: le futur étudiant potentiel prend contact avec l'école, reçoit une plaquette d'information, puis convient d'un entretien sur place afin de découvrir le lieu et de poser toutes les questions qu'il souhaite. «Le MBA est un investissement personnel très lourd en temps et aussi en argent, insiste Jean-Claude Charrière. Il faut s'assurer que le candidat est prêt à tous ces sacrifices et à cet engagement si exigeant.» A l'IFM, il n'y a pas d'audition aux cours prévues. Toutefois, des témoignages d'anciens élèves sont en libre accès sur le site internet de l'école et des rendez-vous individuels avec visite de l'établissement sont possibles pour ceux et celles qui le souhaitent. «A cette occasion, nous répondons aux questions du candidat sans limites de temps, relève Samir Sbih. Nous discutons de son parcours, de ce qu'il envisage de faire et de ses projets et nous regardons ensemble le cursus qui pourrait lui correspondre.»

Manon Todesco

PUBLICITÉ

**PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC**

ATELIER EN ART ORATOIRE

Hes-50

www.HES50.CH