

Le 1^{er} décembre 2011**Une nouvelle enquête va à l'encontre des idées reçues sur le MBA**

Le quotidien anglais *The Independent* et Audencia Nantes Ecole de Management viennent de faire paraître les résultats de leur première enquête annuelle sur le monde des MBA.

Le 1^{er} décembre, le journal national britannique publie les réponses des directeurs MBA du monde entier dans un supplément spécial. Les données présentées mettent en question certaines idées reçues concernant le *Master in Business Administration*.

L'aspect international d'une promotion MBA arrive seulement en 4^e position parmi les facteurs clés pour le choix d'un programme, derrière la qualité du corps professoral, les relations avec les entreprises et le campus. Moins d'un tiers des directeurs de programme croient que des participants internationaux devraient constituer au moins 61% de la promotion d'un MBA. Aussi, doit-on s'interroger sur l'importance perçue de l'aspect international par rapport aux écoles.

Alors que presque la moitié des répondants considèrent qu'un programme en 12 mois est l'idéal, 35% d'entre eux préféreraient proposer un MBA en 18 mois. Etant donné que 67% de ces directeurs se trouvent en Europe où un MBA 'classique' dure 12 mois, il existe peut-être une disparité entre ce qu'ils proposent et ce qu'ils souhaiteraient pouvoir proposer.

Le développement personnel est cité comme la motivation la plus forte pour faire un MBA (un score de 77%). L'augmentation salariale, souvent identifiée comme la meilleure façon de mesurer l'efficacité d'un MBA, atteint un score de seulement 55%.

Malgré le fait souvent cité que les participants aux MBA soient aujourd'hui plus âgés, la moitié des directeurs de programmes situent l'âge idéal pour faire un MBA entre 27 et 29. On pourrait en déduire que le point de vue des écoles ne correspond pas forcément à la réalité des parcours des étudiants MBA.

Seulement 16% des répondants proposent des MBA spécialisés. Ce chiffre met en lumière une contradiction par rapport à une autre idée reçue, celle de l'essor de ce genre de programme non-généraliste (ex. MBA produits de luxe, MBA aéronautique...). En réalité, peu d'écoles ont opté pour la voie de la spécialisation.

Contact presse : Andrew Taylor, tél : 02 40 37 45 30 / 06 71 62 89 35

Email : ataylor@audencia.com