

Management



Des écoles de commerce devenues **ÉCOLES** de **MANAGEMENT**



© Andres Rodriguez - Fotolia

Pourquoi parle-t-on d'école de management et de programme « grande école » ? Les grandes écoles de management, nouvelle désignation des écoles de commerce, ont élargi l'éventail de leurs programmes et de leurs activités. Désormais le programme « grande école » constitue le cœur de leur activité qui, contrairement à des idées répandues, ne forme pas qu'au commerce !

Karine DARMON

Organisée sur le modèle des Business Schools, une école de commerce forme des cadres dirigeants capables d'exercer leurs compétences dans n'importe quelle branche d'activité. Un modèle qui repose sur plusieurs composantes principales : forte sélection des élèves à l'entrée, participation des familles au financement de la scolarité, ouverture sur le monde de l'entreprise, bonne insertion professionnelle des diplômés, sans oublier la place importante accordée aux activités de recherche.

LE PROGRAMME « GRANDE ÉCOLE »

Chaque école propose une large gamme de cursus, diplômants ou non, en formation initiale ou continue, en France et à l'étranger, pour des publics de différents niveaux d'entrée. Parmi eux, le programme « grande école » constitue le cœur de leur activité. Il désigne le programme « master » (bac +5) des écoles de commerce et se distingue donc des programmes post-bac et post-graduate de type Mastère Spécialisé. Il est devenu l'appellation de référence du marché. « *Toutefois, cette appellation n'a de sens que sur le marché français puisque la norme internationale définit ce programme comme un Master of Science in Management* », relève Patrice Houdayer, de l'EM Lyon.

Organisé en général sur 3 années – 4 en incluant l'année de césure, de plus en plus répandue et parfois obligatoire –, il s'agit d'un programme généraliste, qui permet aux élèves d'acquérir l'ensemble des disciplines fondamentales du management. Le

cursus est organisé en deux parties elles-mêmes découpées en semestres : « bachelor » (3 semestres) et « master » (4 semestres).

À la période bachelor des fondamentaux de la gestion succèdent les années master où des parcours à la carte débouchent sur des spécialisations de haut niveau (audit, marketing, ressources humaines, finance, commerce international, logistique, achat, etc.). Chaque école en propose jusqu'à plus d'une quinzaine. Au total, près de 400 spécialités sont offertes pour l'ensemble des écoles dans des domaines très divers.

Ce programme inclut des périodes de stage en entreprise se déroulant en France ou à l'étranger ou se prépare dans le cadre de l'alternance et de l'apprentissage. Des séjours d'études hors de nos frontières sont également prévus. L'admission au programme « grande école » s'effectue sur concours pour les candidats issus des classes préparatoires ou recrutés en admissions parallèles. Ce

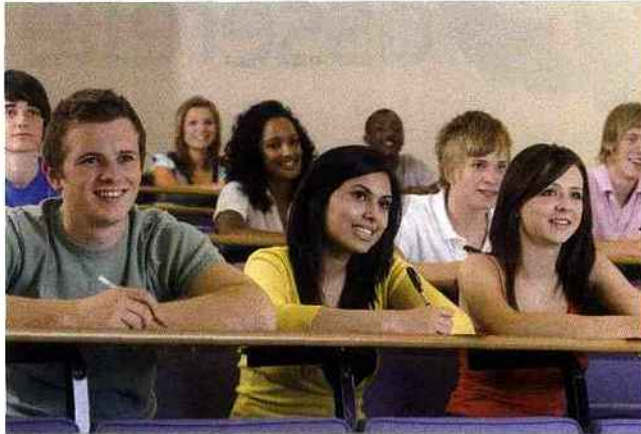
programme est sanctionné par un diplôme qui confère le grade de master.

POURQUOI PARLE-T-ON DÉSORMAIS D'ÉCOLE DE MANAGEMENT ?

Exit l'appellation ESC ? Pas totalement encore. Mais, progressivement, les écoles s'emparent d'une nouvelle dénomination : « école de management », « Traditionnellement, les écoles supérieures de commerce formaient avant tout à des carrières commerciales. Ce n'est plus le cas depuis de nombreuses années. Le terme d'"école de management" s'est imposé naturellement car le spectre des métiers et carrières offert aux jeunes diplômés s'est considérablement élargi, de la finance à l'humanitaire en passant par la création d'entreprise », explique Patrice Houdayer. Ainsi donc, le terme « management » intègre davantage de fonctions d'entreprise que le vocable « commerce ». Et c'est la vocation des écoles que de conduire leurs diplômés vers des carrières très diverses. « Ce n'est pas un phénomène de mode. Le mot "manager" est à rapprocher du mot "métayer", celui qui gérait l'exploitation. Historiquement, une école de commerce avait pour vocation de former aux activités de négoce. Aujourd'hui, le domaine s'élargit autour de l'élément central qui consiste à emmener les équipes dans un projet. Les écoles de management forment donc ces managers en leur donnant les outils pour agir sur l'ensemble des disciplines de l'entreprise », commente François Dubreu, de BEM.

QU'ENSEIGNE-T-ON DANS LES ÉCOLES DE COMMERCE ?

En outre, et contrairement à une idée répandue, les écoles ne forment pas exclusivement des commerciaux. Les spécialisations de dernière année jouent un rôle important dans le choix d'une école. Et parce que l'étudiant doit tenir un rôle actif, la plupart des écoles prônent l'individualisation des cursus. En clair, il s'agit de proposer une scolarité adaptée à chaque étudiant (options, séjours à l'étranger, apprentissage...). Enfin, selon un principe emprunté au monde de l'entreprise, le développement personnel et le coaching des étudiants sont devenus des supports pédagogiques dans bien des formations. Objectif : aider les étudiants à acquérir des compétences relationnelles, mieux se connaître, mieux identifier ses forces et ses faiblesses, gagner en autonomie, préparer son insertion professionnelle, etc. Trois grandes idées maîtresses guident les écoles : la vocation professionnelle de la formation, l'ouverture à l'international, le développement personnel de l'étudiant. ■



© Monkey Business - Fotolia

ENTRETIEN

POURQUOI PARLE-T-ON D'ÉCOLE DE MANAGEMENT ?



Armand Derhy est directeur de l'ESG

« Le terme "management" intègre davantage de fonctions d'entreprise que le terme "commerce" qui est plus restrictif. Aujourd'hui, les grandes écoles préparent au commerce, mais également à la finance, l'expertise comptable, les ressources humaines, le marketing, etc. Il est difficile de classer l'ensemble de ces fonctions dans la seule catégorie de "commerce". Les grandes écoles disposent de la reconnaissance de l'État, d'un diplôme visé conférant le grade de master. Ce qui caractérise une grande école par rapport à un cycle universitaire, c'est principalement l'encadrement et l'accompagnement des étudiants qui s'y inscrivent. Les écoles de commerce étant payantes, elles offrent un service complémentaire, notamment sur le plan des échanges internationaux, des relations avec les entreprises, du réseau d'anciens. »