



**Chapitre I.
Pourquoi des études
de management**

Les formations en management ont le vent en poupe. Le nombre de candidats aux concours est de plus en plus important et la concurrence fait rage.

Les raisons du succès sont nombreuses et j'ai constaté que les candidats ne s'y retrouvent pas toujours facilement.

Il est donc important de décrypter certains messages des écoles.

1. « *Des cursus destinés aux bacheliers désireux d'acquérir une formation de haut niveau* », EPSCI

Les écoles de commerce après bac ont quatre à cinq ans pour transformer les jeunes bacheliers en managers. Les formations sont calibrées pour créer une émulation entre les étudiants et leur donner envie d'aller toujours plus haut : c'est ça, entre autres, acquérir une formation de haut niveau.

2. « *Acquisition des fondamentaux de la gestion d'entreprise* », ESPEME

Le but d'une école de commerce est de permettre à ses étudiants d'acquérir une vision transversale de l'entreprise et d'en comprendre parfaitement le fonctionnement.

Il s'agit certainement du plus grand atout de ces formations en management car les diplômés sont armés pour saisir les opportunités qui s'offriront à eux durant leur carrière. Une personne ayant seulement étudié la finance ou les ressources humaines peinera à évoluer au sein de son entreprise car plus on en gravit les échelons, plus il devient important de tout comprendre à son fonctionnement.

« La chance sourit aux esprits bien préparés », disait Pasteur.

En initiant leurs étudiants à toutes les disciplines de la gestion d'entreprise (marketing, finance, ressources humaines, droit...), les écoles de commerce les préparent à sauter sur les occasions dès qu'elles se présenteront.

3. « *Comprendre l'entreprise et préparer à l'exercice des responsabilités* », CESEM Reims

La compréhension du fonctionnement des entreprises permet l'exercice efficace des responsabilités. Les diplômés des écoles de commerce n'ont que cela en tête durant leur formation.

Je me rappelle avoir trépigné d'impatience avant le début d'un stage ou d'un projet lorsque j'étais étudiant. Les écoles de commerce préparent leurs étudiants à gérer et à prendre la direction des opérations !

4. « *Faire que les étudiants soient capables d'être opérationnels en qualité de managers juniors* », IESEG

La mission principale des écoles de commerce est de former des managers juniors qui réussiront un parcours exemplaire en entreprise. Disons-le tout de suite, LE critère d'évaluation des écoles de commerce est la proportion de leurs jeunes diplômés ayant été embauchés à des postes intéressants.

Elles se donnent donc les moyens de réussir cette mission grâce :

- À l'accompagnement des étudiants : par les ateliers CV et lettres de motivation, la préparation des entretiens de stage ou d'embauche, la mobilisation du réseau des anciens pour faciliter le recrutement des étudiants, l'aide à la construction d'un projet professionnel.
- À leurs équipes dédiées aux relations avec les entreprises : l'objectif étant de nouer un maximum de partenariats et ainsi de favoriser l'embauche des étudiants grâce à ces nombreuses passerelles.
- Au développement des relations entre les entreprises et les étudiants : par la participation à des concours organisés par les entreprises, en invitant des dirigeants ou des cadres supérieurs à intervenir devant les étudiants, en organisant des sessions de recrutement dans les locaux mêmes de l'école, en aidant les associations à assurer une bonne visibilité de l'ESC et de ses élèves.

5. « *Former les étudiants à exercer une profession dans un environnement international* », ESSCA

Les écoles de commerce post-bac nourrissent l'ambition grandissante de préparer leurs étudiants à des carrières internationales. Des écoles comme le CESEM Reims placent cette exigence au centre de leurs cursus.

Les cycles à l'étranger (échanges internationaux ou stages) sont quasi-systématiquement obligatoires et les partenariats avec les universités étrangères se multiplient. Des écoles adoptent même une politique offensive de recrutement d'enseignants étrangers.

La proportion d'étudiants étrangers sur les campus augmente même sensiblement au sein de certaines écoles ce qui favorise l'échange et prépare les futurs managers aux environnements multiculturels des très grandes entreprises.

Enfin, les ateliers d'accompagnement vers l'embauche insistent sur les opportunités à l'international et les préparations aux tests comme

le TOEFL, le TOEIC voire le GMAT deviennent monnaie courante au sein des écoles. L'EMLV dispense même des cours exclusivement en anglais à ses étudiants de troisième année.

6. « *Développement de la dimension entrepreneuriale* », EPSCI

Les étudiants intégrant une école de commerce après le baccalauréat disposent de plus de temps pour mûrir leurs projets que les élèves des classes préparatoires. La création d'entreprise devient donc à la mode et les exemples de réussite d'aventures entrepreneuriales ne manquent pas.

Des spécialisations « entrepreneurship » voient le jour et connaissent un succès certain.

7. « *Savoir s'ouvrir à d'autres visions (culturelles, techniques, sociales.)* », CESEMED

Le manager au XXI^e siècle se doit d'être souple intellectuellement. Sa curiosité, son ouverture d'esprit, son sens du dialogue conditionnent ses facultés d'adaptation et d'innovation.

Les écoles de commerce poussent leurs étudiants à réfléchir sur leur environnement en les faisant travailler, dans le cadre de leurs cours, sur des cas pratiques d'entreprises ayant dû faire face à des difficultés ou à des changements. De plus, des modules consacrés à l'étude de grands thèmes d'actualité sont proposés ce qui aide les étudiants à aborder le management sous un angle nouveau.

8. « *L'ambition et les moyens de former les étudiants non seulement sur le plan des connaissances et des compétences, mais également sur le plan humain* », ISEG

Comme nous le constatons précédemment, les écoles de commerce ne se concentrent plus exclusivement sur le savoir-faire. Elles tentent de développer le savoir-être de leurs étudiants car le monde change et, forcément, le management aussi.

L'ECE propose des cours de Culture générale et d'Ouverture internationale à ses étudiants. Les programmes du MBA Institute incluent des modules d'études politiques, sociologiques et culturelles. Enfin, l'IESEG utilise le théâtre comme outil pédagogique d'apprentissage du management.

9. « *Former des entrepreneurs responsables au sens éthique* », EDC

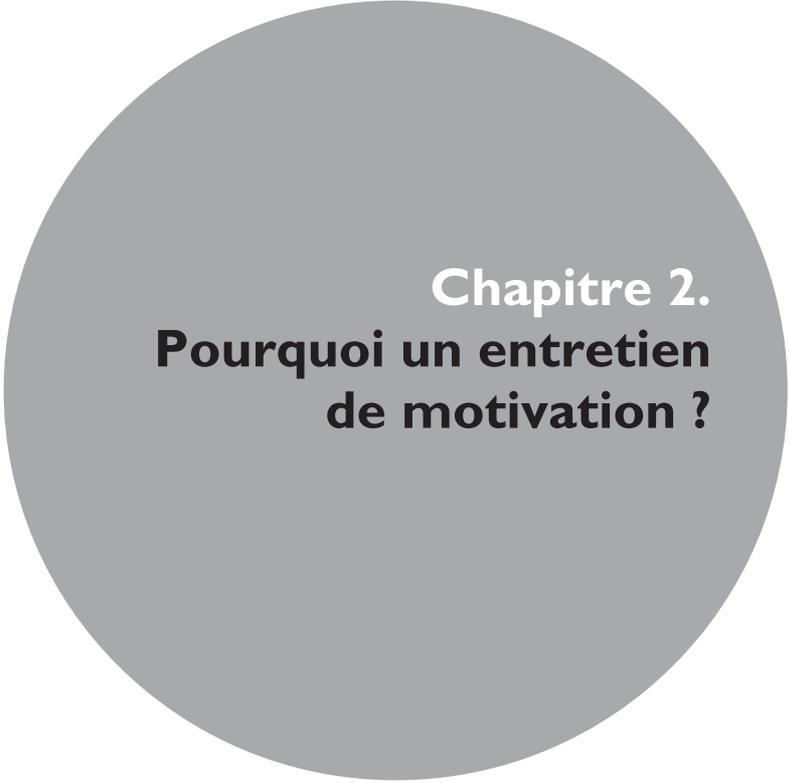
Former les étudiants au management éthique, c'est un peu les former à la gestion du changement. Car la façon de voir l'entreprise évolue ; les futurs managers doivent donner du sens aux missions de leurs équipes.

Les écoles de commerce injectent donc de l'éthique dans leurs programmes ce qui ne peut être que profitable aux dirigeants de demain.

10. « *Se créer un carnet d'adresses* », ESCE

Les réseaux d'anciens étudiants des écoles de commerce représentent un indéniable atout dans la gestion d'une carrière. Le fait de pouvoir se tourner vers des cadres diplômés de l'ESC qui sont disponibles pour aider, conseiller, assister ou transmettre un CV facilite la recherche d'emploi, la mobilité et l'évolution au sein des entreprises.

De plus en plus d'écoles proposent d'ailleurs des cours ou des séminaires dont le thème est l'utilisation du réseau des anciens. Tous les étudiants disposent d'un annuaire et ceux qui savent s'y prendre trouvent toujours des relais essentiels au sein des entreprises qui les intéressent.



Chapitre 2.
**Pourquoi un entretien
de motivation ?**

Pourquoi une épreuve aussi courte est-elle si importante pour l'intégration d'une école de commerce ? Tout élève pensant à présenter les concours des écoles de commerce après bac devrait se poser cette question. Cela éviterait à des membres de jurys (comme moi) de voir débouler des jeunes gens n'ayant absolument aucune idée de ce qui est attendu d'eux.

Pour savoir ce qui est attendu d'un candidat justement, intéressons-nous au format des entretiens de motivation. La plupart de ces oraux, quel que soit le concours, durent de 20 à 45 minutes. Le jury est composé d'enseignants de l'école, de cadres de grandes entreprises ou de PME. Parfois, des étudiants en dernière année complètent le « casting ». Il arrive aussi que les jurys ne soient formés que par des cadres eux-mêmes anciens étudiants d'écoles de commerce.

Il faut donc, lorsqu'on est candidat, se dire que l'on a toutes les chances d'avoir en face de soi un professeur attentif à l'aptitude à suivre les cours et à en tirer un maximum de bénéfices mais surtout un cadre qui va avoir tendance à réagir de la même manière que pour un entretien d'embauche¹. Bien sûr, il y a plus d'indulgence vis-à-vis d'un candidat aux concours post-Bac eu égard au très jeune âge.

Il est important que le candidat prépare son oral avec l'ambition de faire montre de professionnalisme et qu'il ne se positionne pas en « petit jeune » en face de ces adultes qui ont parfois l'âge de ses parents. Les membres de jurys vont se demander : « Serais-je heureux – ou au moins rassuré – de compter ce candidat parmi mes étudiants ou mes équipes dans quelques années ? ». L'attitude, la détermination, le sérieux, la maturité de l'étudiant donneront des éléments réponses.

Intéressons-nous à l'esprit de l'entretien de motivation.



VOUS METTRE À L'AISE...

Le but des membres de jurys est de connaître le candidat, sa personnalité, ses goûts, ses rêves et les raisons pour lesquelles il veut étudier en école de commerce puis devenir manager. Pour obtenir des réponses à ces questions,

1. L'indulgence est plus grande pour un entretien de motivation, bien sûr. Les cadres invités à être membres de jurys m'ont cependant souvent rappelé qu'un étudiant admis en école de commerce, 20 à 30 mois après son intégration, commencerait à passer des entretiens d'embauche pour une année de césure. Ce stage de césure est quasiment un premier job.

il est important (et fortement conseillé par les organisateurs des concours) de mettre l'étudiant à l'aise au début de l'entretien.

Les membres de jury vont donc essayer de détendre l'atmosphère aidant ainsi l'élève à déstresser et à constater que, finalement, ils ne sont pas si méchants.

Il ne faut donc pas avoir trop de craintes par rapport au début de l'entretien ; un candidat sérieusement préparé marquera beaucoup de points durant cette phase initiale car c'est lui qui lui laisse la plus grande liberté pour organiser l'échange avec le jury selon ses désirs.

D'ailleurs, les questions les plus classiques de l'entretien de motivation sont souvent posées au début car l'on suppose que le candidat s'y attend et qu'il va être capable d'y répondre correctement et assez longuement. C'est le moment idéal pour « placer » ses perches. Si le candidat le fait bien et avec un peu de chance, tout l'entretien peut ne tourner qu'autour des points clés qu'il souhaitait aborder ; sans questions pièges ou thèmes d'actualité abordés !



... POUR VOUS CONNAÎTRE...

Il ne faut jamais l'oublier, le but de l'entretien de motivation est de découvrir la personnalité des candidats. Il est donc bête qu'autant d'entre eux refusent l'exercice et se bornent à donner des réponses impersonnelles aux questions des membres de jurys.

Au contraire, le bon candidat doit avoir l'ambition de faire passer un bon moment aux membres de son jury. Il ne doit pas tempérer son enthousiasme mais plutôt capitaliser dessus pour proposer de la fraîcheur et du rêve.

Trop souvent, des membres de jurys que nous avons rencontrés déploreraient passer la moitié du temps de l'entretien à tirer les vers du nez de l'étudiant et n'avoir une petite idée de qui il est que vers la fin. Il est donc évident qu'un candidat qui se livrera plus vite acceptant les règles de l'entretien de motivation aura de meilleures chances de convaincre le jury de l'intégrer aux effectifs de l'école.