

# Développer la notoriété et la réputation d'une école.

**Charles-Henri RUSSON**

Secrétaire général IFEAS.

Directeur Executive MBA (PEC - RMS - RBS)

Membre du Conseil d'administration  
Université Paris Descartes (Sorbonne Paris Cité)

---

- Faire de la qualité pédagogique sans être connu ?
  - Faire reconnaître la qualité de son travail pour motiver ?
  - Etre connu pour attirer ?
- 
- Selon la notoriété, l'attractivité varie.
  - Les droits d'inscription varient du simple au quintuple.
  - L'adhésion à une école de forte notoriété renforce la satisfaction.
  - Seul le privé semble s'intéressé à la notoriété.
  - Qui peut refuser d'être connu, apprécié, désiré ?

# Pourquoi la notoriété

---





# **VOULOIR LA NOTORIETE**

Volet analyse

---

**Satisfaire**



**Se faire  
connaître**

**Mettre en  
valeur ses  
réussites**



**Etre attractif**



**Se  
différencier**

**Mettre en  
valeur ses  
équipes**



**Etre  
reconnu**



**Valoriser  
la réussite  
de ses  
étudiants**

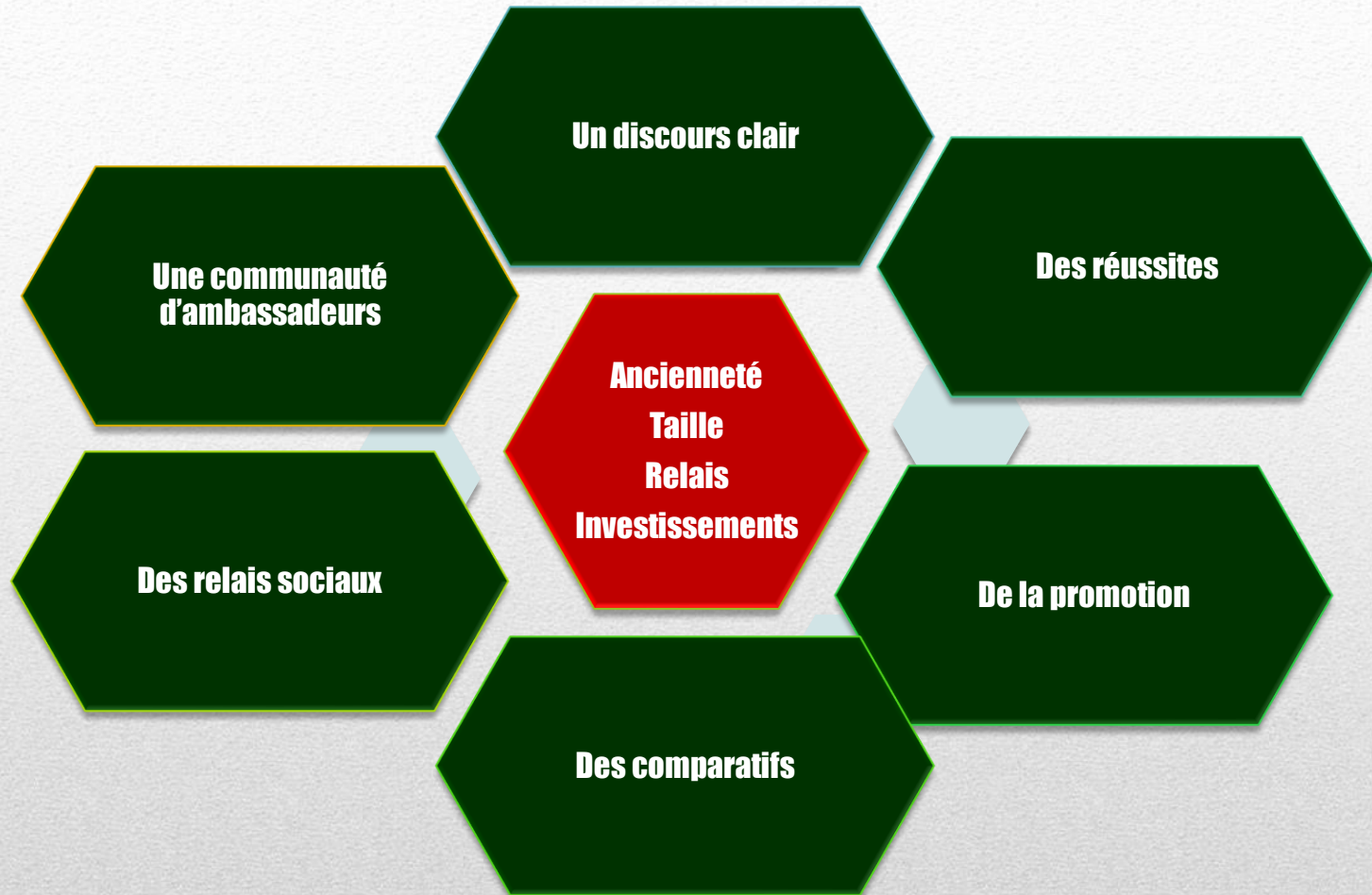
**Notoriété comme dynamique**

---

Rank 2012	Business School	Country	MBA rank 2012	EMBA rank 2012	MiM rank 2012	Open rank 2012	Custom rank 2012
1	IE Business School	Spain	3	6	5	10	5
2	HEC Paris	France	6	2**	3	5	1
3	London Business School	UK	1	8 (1)***	-	4	13
4	Insead	France / Singapore	2	5 (4)***	-	6	9
5	Esade Business School	Spain	12	9**	6	7	3
6	Iese Business School	Spain	4	7	-	2	2
7	IMD	Switzerland	5	10	-	1	4

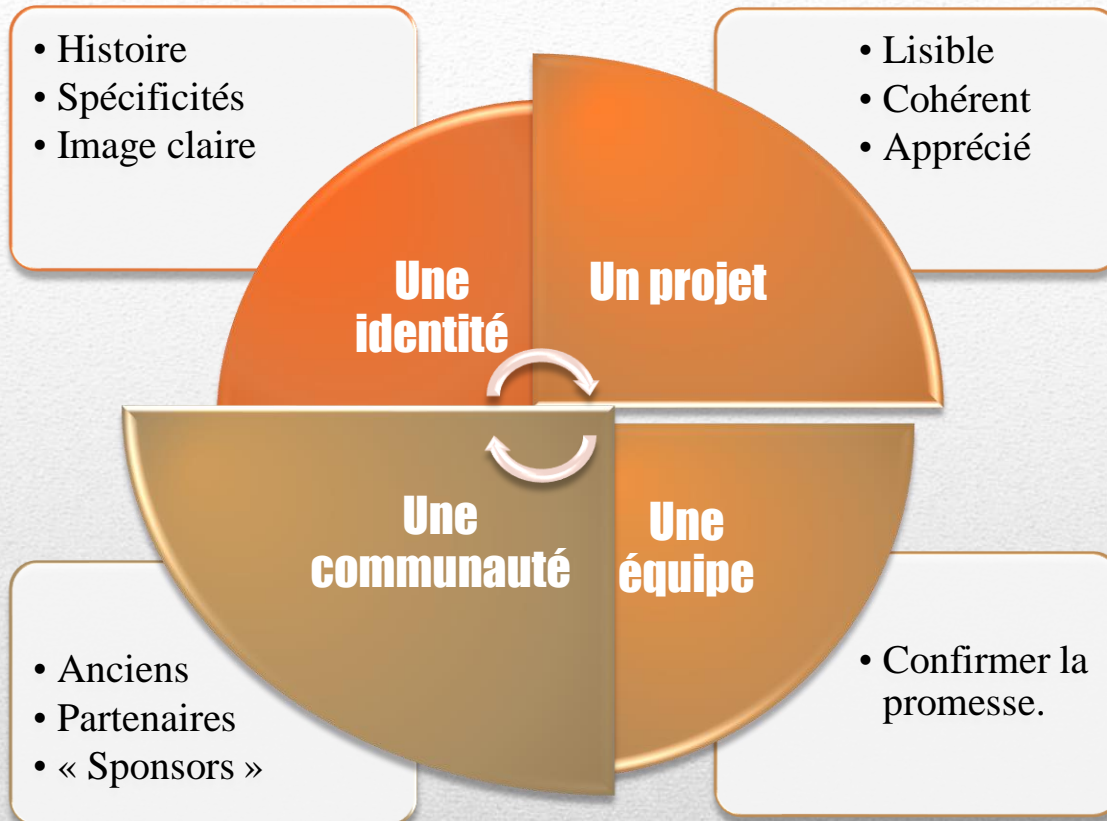
# Ranking FT 2012





# Eléments de notoriété

---



# Composantes clefs

---





# **Une école qui veut...**

---





# **AGIR SUR LA NOTORIÉTÉ**

Volet action

---

- **Audit des comptes** : date de la vérification des comptes de l'école, l'application de procédures d'audit spécifiques relatives à des données sélectionnées prévus pour le classement.
- Le **salaire moyen trois ans après** l'obtention du diplôme.
- **Rapport qualité-prix** : Calculée en fonction du salaire aujourd'hui, les frais et autres coûts, y compris les cours de MBA ne fonctionne pas.
- **La progression de carrière** : Calculé en fonction de l'évolution des anciens élèves,
- **Objectifs atteints** : la mesure dans laquelle les anciens rempli leurs objectifs ou raisons de faire un MBA.
- **La réussite des placements**
- **Recommandation des anciens** : anciens ont été invités à nommer trois écoles à partir de laquelle ils recrutent des diplômés de MBA. Calculé selon les votes pour chaque école. Les données pour l'année en cours et une ou deux années précédentes incluses lorsqu'elles sont disponibles.
- **Place des femmes** : Femmes professeurs, étudiantes, membres des instances, Pourcentage de femmes membres du conseil consultatif.
- **Caractère international** : Pourcentage de professeurs dont la citoyenneté diffère de leur pays d'emploi, Les étudiants internationaux, Pourcentage d'élèves actuels dont la citoyenneté diffère du pays dans lequel ils étudient., pourcentage du conseil d'administration dont la citoyenneté diffère du pays dans lequel l'école est basée.
- **L'expérience et mobilité internationale** : les anciens ont-ils travaillé dans différents pays pré-MBA, sur l'obtention du diplôme et aussi où ils sont employés aujourd'hui. Nombre de langues supplémentaires nécessaires à l'achèvement du MBA. Où une forte proportion d'étudiants nécessite une autre langue grâce à un diplôme supplémentaire, ce chiffre est inclus dans les calculs mais pas la table finale.
- **Qualité scientifique du corps enseignants** : Pourcentage de professeurs ayant un doctorat. Nombre d'articles publiés par les membres actuels du corps professoral à temps plein dans 45 revues universitaires et des praticiens. Le rang combine le nombre absolu de publications avec le nombre pondéré par rapport à la taille de la faculté.

# Des critères importants

---





Qualifier les objectifs poursuivis.

S'ouvrir aux résultats de son enseignement.

S'ouvrir à la société civile et son environnement.

Se faire soutenir.

Course à la taille.

Formalisme impact les priorités.

Partir d'un projet vers sa notoriété et non l'inverse.

Repose la question fondamentale de la communauté éducative : une équipe au service d'un projet.

# Des effets latéraux

---



# **CHARLES-HENRI RUSSON**

Ch.russon@paris-executive-campus.com

---