

AACSB annonce la transformation de sa marque et ouvre une nouvelle ère dans l'enseignement commercial

Le lancement de la nouvelle marque d'AACSB renforce la mission de l'organisation et pousse les éducateurs, les entreprises et les étudiants à s'adapter et à prendre la tête de l'action dans un monde en pleine évolution

Aujourd'hui, AACSB International ([AACSB](#)), le plus grand réseau mondial d'enseignement commercial, a lancé un nouveau visage pour l'avenir de l'enseignement commercial avec l'arrivée d'une nouvelle identité de marque.

Cette annonce fait suite à une transformation qui a duré plus de deux années et qui a été guidée par la [nouvelle mission et la nouvelle vision](#) de l'organisation, ainsi que par la contribution des principaux acteurs — des étudiants, le monde des affaires, des employés et un réseau mondial de membres —, et qui a été accélérée par d'importants jalons organisationnels, dont la désignation d'un nouveau PDG, la célébration du centenaire d'AACSB et l'annonce d'une [vision sectorielle](#) de l'enseignement commercial.

« Le monde évolue à un rythme effréné, et il nous appartient, en tant qu'éducateurs, de prendre la tête et d'imprimer la forme de cette évolution », explique Thomas R. Robinson, PDG d'AACSB. « Le secteur a identifié cet impératif avec le lancement de la Collective Vision, et depuis lors, l'élan n'est jamais retombé. AACSB savait parfaitement ce qu'il fallait faire pour unifier le secteur et démontrer la valeur, la pertinence et les retombées pour l'enseignement commercial, et pour parler d'une seule voix dans le monde et au niveau local dans les régions que nous desservons ».

Tout au long de ses 100 ans d'existence, AACSB n'a eu de cesse de se faire le champion d'un enseignement commercial de haute qualité. Avec sa nouvelle stratégie et sa nouvelle identité, AACSB exploite son héritage d'[accréditation](#) pour assumer le rôle d'un « connecteur » mondial pour l'ensemble du secteur, unissant les plus grands esprits de l'enseignement commercial, et du commerce, pour préparer la prochaine génération des chefs d'entreprise.

« Le centenaire d'AACSB a été un moment de fierté et de réflexion », ajoute Santiago Iñiguez, président du comité de direction d'AACSB et président d'IE University. « Ce tournant découle de la volonté d'en faire davantage pour répondre à l'évolution des besoins de la société et de l'entreprise, de tendre la main aux principaux acteurs et d'exploiter le potentiel illimité de la prochaine génération d'étudiants. Notre nouvelle marque incarne cette nouvelle trajectoire, et la première de nombreuses étapes qu'effectuera l'organisation pour concrétiser notre attachement indéfectible au lien qui doit unir le secteur autour d'un but commun : transformer l'enseignement commercial pour la prospérité mondiale ».

Inspirée par une [nouvelle mission](#) fondée sur la participation, l'innovation et l'impact, et une nouvelle vision ambitieuse, AACSB continuera d'améliorer son portefeuille mondial de services, tout en invitant les plus grands éducateurs et innovateurs commerciaux de se joindre au mouvement grâce à sa Business Education Alliance. Quelques exemples :

- **Encourager la participation des éducateurs et du secteur** : Grâce à [Business Practice Council](#) et sa [conférence Co-Lab](#), AACSB crée un lien entre le secteur de l'entreprise et les éducateurs pour façonner l'avenir de l'enseignement commercial, cocréer les connaissances et collaborer pour répondre aux besoins des entreprises et de la société. L'[AACSB Bridge Program](#) met en rapport les cadres supérieurs et les étudiants comme personnel enseignant qualifié, offrant aux étudiants à travers le monde un accès aux connaissances et aux pratiques du secteur.
- **Accélérer l'innovation avec de nouveaux modes de pensée et d'action, garantissant la réussite des entreprises et des futurs chefs d'entreprise** : Avec des manifestations mondiales comme l'[ICAM 2017](#), l'[AACSB Dean's Conference](#), des [séminaires](#) thématiques, et le [magazine BizEd](#), les chefs d'entreprise partagent les meilleures pratiques et différents points

de vue. Le concours annuel [Innovations That Inspire](#) d'AACSB fait intervenir la créativité et l'ingéniosité des écoles de commerce à travers le monde.

- **Amplifier l'impact, et démontrer comment les écoles de commerce sont une force au service du bien** : Avec le concours [Influential Leaders](#), AACSB salue les anciens étudiants d'écoles accréditées qui font appel à leurs connaissances et à leurs compétences de façon inédite et prégnante et, ce faisant, souligne le rôle critique que l'enseignement commercial joue dans la société. Le site Internet [Best Business Schools](#) fournit des informations visant à aider les étudiants potentiels à rechercher et à sélectionner le meilleur programme commercial et à s'y inscrire en vue de réaliser leurs aspirations professionnelles.

« Aujourd'hui, les écoles de commerce forment les étudiants pour un monde qui n'existe pas encore, et pour des exigences qui sont encore inconnues », ajoute Robinson. « Tant que nous, en tant que secteur, resterons attachés à notre transformation, nous pourrons préparer ensemble les leaders d'aujourd'hui et de demain, et ce, quel que soit l'avenir qui nous attend ».

A propos d'AACSB International

Etant la plus grande alliance d'enseignement commercial au monde, AACSB International (Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)), réunit les éducateurs, les étudiants et les entreprises pour atteindre un objectif commun : créer la prochaine génération de grands leaders. Synonyme des normes d'excellence les plus rigoureuses depuis 1916, AACSB offre des services d'assurance qualité, de veille de l'enseignement commercial et de perfectionnement professionnel à plus de 1 500 organisations membres et plus de 785 écoles de commerce accréditées à travers le monde. Avec son siège mondial à Tampa, en Floride (E.-U.) ; son siège pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique à Amsterdam, aux Pays-Bas ; et son siège pour la région Asie-Pacifique à Singapour, AACSB a pour mission d'encourager la participation, d'accélérer l'innovation et d'amplifier l'impact dans l'enseignement commercial. Pour de plus amples informations, rendez-vous sur aacsb.edu.

Logo - http://mma.prnewswire.com/media/492010/AACSB_International_Logo.jpg

CONTACT : Amy Ponzillo, directrice des relations publiques, AACSB International,
MediaRelations@aacsb.edu, +1 813 367 5238