

AACSB annonce une transformation de marque et une nouvelle ère en matière d'enseignement commercial

Le lancement d'une nouvelle marque AACSB renforce la mission de l'organisme et inspire les éducateurs, entreprises et étudiants à s'adapter et à jouer un rôle de premier plan au sein d'un monde en changement.

Aujourd'hui, AACSB International ([AACSB](#)), le plus grand réseau international dans le domaine de l'enseignement commercial, a révélé un nouveau visage pour l'avenir de l'enseignement commercial par le biais du lancement d'une nouvelle identité de marque.

Cette annonce est l'aboutissement d'un parcours transformationnel de deux ans dicté par les [nouvelles mission et vision](#) de l'organisme, ainsi que par les données de marché provenant d'intervenants clés — des étudiants, du monde des affaires, des employés et d'un réseau d'adhésion international — et accéléré par d'importantes étapes organisationnelles, y compris la nomination d'un nouveau président-directeur général, la célébration du centenaire d'AACSB et l'annonce d'une [vision à l'échelle de l'industrie](#) en matière d'enseignement commercial.

« Le monde change à une vitesse considérable et notre travail en tant qu'éducateurs a pour but de guider et de façonner ce changement, » déclare Thomas R. Robinson, président-directeur général d'AACSB. « L'industrie a identifié cet impératif lors de la révélation d'une vision collective, ce qui a également permis le début d'une lancée qui se poursuit aujourd'hui. AACSB avait pris conscience du besoin d'unifier l'industrie et d'illustrer la valeur, la pertinence et l'impact de l'enseignement commercial — et de créer une voix à l'échelle mondiale et locale dans les régions que nous desservons. »

Au cours de ses 100 ans, AACSB a continuellement évolué dans le but de promouvoir un enseignement commercial de qualité supérieure. Par le biais d'une nouvelle stratégie et d'une nouvelle identité, AACSB développe son legs en matière d'[accréditation](#) dans le but d'assumer le rôle de « connecteur » mondial à l'échelle de l'industrie, et d'unir les meilleurs esprits dans le domaine de l'enseignement commercial —et des affaires- afin de préparer la prochaine génération de chefs d'entreprises.

« Le centenaire d'AACSB nous a permis de vivre un moment de fierté et de réflexion, » déclare Santiago Iñiguez, président du conseil d'administration d'AACSB et président d'IE University. « Ce point tournant est le résultat d'un désir d'accomplir plus afin de répondre aux besoins changeants de la société et du monde des affaires, de rejoindre de nouveaux intervenants et de puiser à même le potentiel illimité de la prochaine génération d'étudiants. Notre nouvelle marque est la concrétisation de cette nouvelle trajectoire, et la première de nombreuses étapes qu'entreprendra l'organisme afin de remplir notre profond engagement à rassembler l'industrie autour d'un seul et même objectif : la transformation de l'enseignement commercial en vue d'une prospérité à l'échelle internationale. »

Inspirée par une [nouvelle mission](#) axée sur l'engagement, l'innovation et l'impact, ainsi que par une nouvelle vision audacieuse, AACSB continuera de mettre au point son portefeuille de services mondial tout en invitant les éducateurs de premier plan et les innovateurs commerciaux à joindre le mouvement par le biais de son programme Business Education Alliance. Voici des exemples :

- **La promotion de l'engagement auprès des éducateurs et de l'industrie** : par l'entremise de ses [Business Practice Council](#) et [Co-Lab conference](#), AACSB établit des liens entre l'industrie et les éducateurs dans le but de façonner l'avenir de l'enseignement commercial, de co-crée le savoir et de collaborer afin de répondre aux besoins du monde des affaires et de la société. Le [AACSB Bridge Program](#) relie les cadres supérieurs et les salles de classe afin de procurer aux étudiants à l'échelle mondiale l'accès aux pratiques et connaissances de l'industrie.
- **L'accélération de l'innovation par de nouvelles façons de penser et d'agir, dans le but d'assurer la réussite d'entreprises et de futurs chefs d'entreprise** : Grâce à des événements mondiaux tels que [ICAM 2017](#), [AACSB Dean's Conference](#), des [colloques](#) sur des

sujets précis, ainsi que la revue [BizEd magazine](#), les dirigeants de l'industrie partagent les meilleures pratiques ainsi que différentes perspectives. L'événement annuel d'AACSB [Innovations That Inspire](#) met de l'avant la créativité et l'esprit d'initiative des écoles commerciales autour du monde.

- **L'illustration de l'impact des écoles commerciales et de leur effet très positif** : dans le cadre du défi [Influential Leaders](#), AACSB reconnaît la contribution des anciens d'écoles accréditées qui font appel à leurs connaissances et aptitudes de façons uniques et efficaces, ce qui permet de souligner le rôle crucial de l'enseignement commercial au sein de la société. Le site Internet [Best Business Schools](#) renferme des ressources qui aident les futurs étudiants à effectuer des recherches, à choisir le meilleur programme commercial et à s'y inscrire, afin de réaliser leurs aspirations professionnelles.

« De nos jours, les écoles commerciales préparent les étudiants pour un monde qui n'existe pas encore et pour des défis encore inconnus, » explique Robinson. « Aussi longtemps que notre industrie s'engage à se transformer, nous serons en mesure de préparer les chefs d'entreprise d'aujourd'hui et de demain à relever tous les défis qui se présentent à eux. »

Au sujet d'AACSB International

À titre de la plus importante alliance en matière d'enseignement commercial au monde, AACSB International—The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) établit des liens entre éducateurs, étudiants et entreprises dans le but de réaliser un objectif commun : créer la prochaine génération de grands chefs d'entreprise. Synonyme des plus grandes normes d'excellence depuis 1916, AACSB procure des services d'assurance de la qualité, d'intelligence en matière d'enseignement commercial et de perfectionnement professionnel à plus de 1 500 organismes membres et à plus de 785 écoles commerciales accréditées à travers le monde. À partir de son siège mondial situé à Tampa, Floride, É.-U.; de ses sièges en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique, ainsi qu'à Amsterdam, aux Pays-Bas; et de son siège de l'Asie-Pacifique à Singapour, AACSB a pour mission de favoriser l'engagement, d'accélérer l'innovation et d'amplifier l'impact de l'enseignement commercial. Pour plus d'information, visitez le site aacsb.edu.

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

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