

# Le marché des MBA

## Panorama de l'offre et de la concurrence, évolution des *business models* et déploiement numérique

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché des MBA. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement  
cette étude sur [Xerfi.com](http://Xerfi.com)

Avec le code étude 6SME71

**Vincent Desruelles**  
Directeur d'études  
**Xerfi France**

# Le marché des MBA

Panorama de l'offre et de la concurrence, évolution des *business models* et déploiement numérique

Edition Octobre 2016  
160 pages

## Face à l'expansion de l'offre, de nouveaux défis s'imposent aux acteurs

L'offre de MBA ne cesse de s'enrichir. Si bien que près de 400 programmes sont désormais recensés. Cette progression rapide est surtout portée par les écoles de commerce et les établissements spécialisés. Bien décidés à profiter d'un marché chiffré à plusieurs centaines de millions d'euros, ces acteurs sont aussi attirés par les nombreux avantages de ces formations : vitrine pour les autres programmes, prix souvent plus élevés et élargissement du public cible vers des professionnels en activité. Reste que l'offre des acteurs est encore faiblement différenciée, alors même que la concurrence mondiale s'intensifie et qu'un positionnement original en termes de contenu (spécialisation sectorielle ou métier) et de public s'impose. Et si le recours au *e-learning* est de plus en plus courant, le déploiement du numérique reste relativement lent, comme l'illustre la faiblesse de l'offre d'enseignements à distance. Dès lors, **à quelles évolutions faut-il s'attendre sur le marché des MBA à moyen terme ? Quels leviers actionnent les établissements français pour renforcer leurs positions ?**

## Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et ses perspectives d'évolution**  
Évolution du nombre de MBA en France, des prix pratiqués, de la répartition de l'offre par catégorie d'opérateurs, etc. Perspectives du marché à moyen terme.
- **Le décryptage des enjeux et facteurs de mutation**  
L'impact de l'évolution du *business model* des écoles de commerce sur le marché des MBA, les enjeux du numérique et du *e-learning*, les stratégies de positionnement et de différenciation.
- **La cartographie du paysage concurrentiel et de l'offre des acteurs**  
Présentation des différents types d'acteurs, des systèmes d'évaluation des MBA, les caractéristiques de l'offre (répartition *Part-Time/Full-Time*, formation initiale et continue, etc.), offre par catégorie d'opérateurs, etc.
- **Toutes les clés pour comprendre l'environnement du marché**  
Panorama de l'enseignement supérieur en France, contexte macroéconomique et marché de l'emploi, insertion des jeunes diplômés, marché de la formation professionnelle, etc.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une vision complète du marché, Xerfi vous propose son scénario sur les évolutions à venir sur le marché des MBA. Cette analyse s'appuie sur les tendances actuellement en cours, à savoir l'essor des nouvelles offres MBA en formation initiale, la concurrence croissante au niveau international, les bouleversements qui touchent le *business model* des écoles de commerce, etc. À n'en pas douter, les changements en cours et à venir détermineront la configuration de l'offre au cours des prochaines années.

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.*

#### 1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ DES MBA

1. **LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ**
  - Les principaux déterminants du marché des MBA
2. **L'ATTRACTIVITÉ DES MBA DANS LE MONDE**
  - L'évolution des recrutements MBA
  - L'évolution des salaires MBA
  - Les tendances par zones géographiques
3. **L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ EN FRANCE**
  - L'évolution des déterminants du marché
  - Le nombre de MBA
  - Les facteurs de formation du prix
  - Les prix des MBA en France
  - Les prix pratiqués en France, en Europe et aux États-Unis
4. **LES ENJEUX ET PERSPECTIVES**
  - L'évolution des déterminants du marché
  - Les opportunités et menaces à moyen terme sur le marché des MBA et selon les catégories d'acteurs

#### 2. LES ENJEUX ET FACTEURS DE MUTATION

1. **L'IMPACT DE L'ÉVOLUTION DU BUSINESS MODEL DES ÉCOLES SUR LE MARCHÉ DES MBA**
  - L'évolution des ressources traditionnelles des écoles de commerce
  - L'augmentation des dépenses
  - Le développement de l'offre de formation continue
  - Les alliances
  - L'internationalisation

#### 2. LES MBA FACE AU NUMÉRIQUE

- Les nouveaux outils numériques qui impactent l'éducation supérieure
- Les avantages et les limites du *e-learning*
- Quel positionnement des MBA sur le *e-learning* ?
- Étude de cas : l'offre Executive MBA ISG+Epita
- Étude de cas : *Instituto de Empresa* (IE Business School)

#### 3. L'ENJEU DU POSITIONNEMENT ET DE LA DIFFÉRENCIATION

- La définition d'un public cible
- L'optimisation du portefeuille de programmes
- La différenciation

#### 3. LE PAYSAGE CONCURRENTIEL ET L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE

##### 1. LE PAYSAGE CONCURRENTIEL

- Les différents types d'opérateurs
- L'évolution de la concurrence en France
- L'évolution de la concurrence à l'international

##### 2. LES SYSTÈMES D'ÉVALUATION

- Les organismes d'accréditation
- Les écoles accréditées en France
- Les classements internationaux

##### 3. LES CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE

- Les catégories d'opérateurs et leur poids sur le marché
- Les MBA en formation initiale ou continue
- Les MBA *Part-Time* ou *Full-Time*
- Les MBA généralistes ou spécialisés
- Les autres formations proposées par les acteurs
- La localisation géographique de l'offre
- La présentation de l'offre de MBA spécialisés

##### 4. L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE PAR CATÉGORIE D'OPÉRATEURS

- Les écoles de commerce, établissements spécialisés, IAE, universités et écoles d'ingénieurs

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Les écoles de commerce restent de loin les principaux acteurs, surtout dans la version traditionnelle du MBA en formation continue. Mais elles doivent faire face au développement de l'offre de programmes des IAE et de certains établissements spécialisés sur ce segment, entraînant un surcroît de concurrence. L'offre des pays émergents tend également à accroître les rivalités sur le plan international.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux enjeux et les axes de développement suivis par les acteurs du marché des MBA. La diminution des recettes traditionnelles des écoles de commerce et la nécessité d'investir placent le MBA, vitrine de leur savoir-faire, comme un élément clé de la stratégie de croissance et de différenciation. Par ailleurs, le déploiement vers le *e-learning* se poursuit avec la mise en place progressive d'outils de pédagogie numérique.

#### 4. L'OBSERVATOIRE DE L'OFFRE DE MBA

##### 1. L'OFFRE DE MBA PAR CATÉGORIE D'ACTEURS

- Les MBA des écoles de commerce, établissements spécialisés, IAE, universités et écoles d'ingénieurs

*Pour chacune de ces catégories d'acteurs, l'étude présente l'ensemble de l'offre de MBA et des informations suivantes : déroulement (PT/FT), durée et prix.*

##### 2. LES MBA SPÉCIALISÉS PAR SECTEUR

- MBA Luxe et mode ; Tourisme et hôtellerie ; Nouvelles technologies / Audiovisuel ; Culture et événementiel et communication ; Industrie agroalimentaire ; Santé ; Sport

##### 3. LES MBA SPÉCIALISÉS PAR MÉTIER

- MBA Commerce et management international ; Finance, assurances, conseil, audit, droit ; Entrepreneurat, gestion de projets ; Marketing, communication ; Achats, *supply chain*, logistique ; Ressources humaines ; RSE, développement durable

#### 5. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ DES MBA

##### 1. LE PANORAMA DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR EN FRANCE

- Le nombre d'étudiants (total et en école de commerce) (2002-2016)
- Focus sur les étudiants étrangers présents en France (2002-2015)
- Le nombre d'écoles de commerce en France (2006-2015)
- Le nombre d'écoles d'ingénieurs et d'universités (2005-2015)

##### 2. LE CONTEXTE MACROÉCONOMIQUE ET LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

- La croissance en France (2010-2017)
- Le contexte global dans les principaux pays (2016-2017)
- Le marché de l'emploi (2010-2016)
- L'insertion des diplômés

##### 3. LE MARCHÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

- Les indicateurs de l'activité (2005-2015)

#### LES PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS CITÉS DANS L'ÉTUDE (\*)

- AIM
- AMERICAN BUSINESS SCHOOL PARIS
- AUDENCIA
- BOCCONI
- BORDEAUX MBA
- C3
- CEFAM
- CELSA PARIS
- CESCO
- CHICAGO BOOTH
- CMH ACADEMY
- CNAM
- COLLÈGE DES INGÉNIEURS
- ECOLE DES PONTS PARIS TECH
- ECOLE SUPÉRIEURE DE SAVIGNAC
- ECOLE SUPÉRIEURE DES ASSURANCES
- ECORIS
- EDC PARIS
- EDHEC
- EHED
- EIML PARIS
- EIMP
- ELYSÉES MARBEUF
- EM LYON
- EM NORMANDIE
- EM STRASBOURG
- EM TELECOM
- EMBA BREST
- ENSIATE
- EPSI
- ESADE
- ESC AMIENS
- ESC DIJON
- ESC RENNES
- ESC TROYES
- ESCAET
- ESCE
- ESCEM
- ESCEN
- ESCO WESFORD
- ESCP EUROPE
- ESDES
- ESIMODE
- ESLSCA
- ESM-A
- ESMOD
- ESP
- ESPL ANGERS
- ESSEC
- EST
- EUROPEAN INSTITUTE OF PURCHASING MANAGEMENT
- GRENOBLE EM
- GROUPE EFAP
- HARVARD
- HEC
- HETIC
- IAE AIX
- IAE LILLE
- IAE LYON
- IAE NICE
- IAE PARIS
- ICN
- IDCE ANGERS
- IDRAC
- IE BUSINESS SCHOOL
- IEMI
- IEP GRENOBLE
- IEP RENNES
- IESA
- IESE
- IESEG
- IFA PARIS
- IFAM
- IFC
- IICP
- IMD
- INSEAD
- INSEEC
- INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE
- INSTITUT SUPÉRIEUR DU VIN
- INTERNATIONAL SUCCESS INSTITUTE
- INTERNATIONAL TERRA INSTITUTE
- INTERNATIONAL UNIVERSITY OF MONACO
- IONIS-STM
- IPAC
- IPAG
- ISC
- ISCT
- ISEE
- ISG
- ISG-EPITA
- ISMAC
- ISO
- ISTE
- ISTI
- KEDGE
- KELLOGG
- KEYCE
- LBS
- LISBON MBA
- MAESTRIS SUP
- MBA ESG
- MBS PARIS XIII
- MBWAY
- MERKURE BUSINESS SCHOOL
- MOD'ART
- MODA DOMANI INSTITUTE
- MONTPELLIER BS
- NEOMA
- OXFORD SAÏD
- PIGIER
- PÔLE PARIS ALTERNANCE
- PÔLE UNIV. LÉONARD DE VINCI (IIM)
- PÔLE UNIV. LÉONARD DE VINCI (ILV)
- PSB
- ROTTERDAM SCHOOL OF MANAGEMENT
- SCHILLER IUM

(\*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6SME71** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

### Ces études pourraient également vous intéresser

- **La nécessaire réinvention des organismes de formation privés**  
6SME35 – Septembre 2016
- **Les écoles de commerce**  
5SME53 – Septembre 2015

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON** DE  
**COMMANDE**

#### A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
Téléphone : 01 53 21 81 51  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 6SME71 / XR

#### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_  
Adresse email : \_\_\_\_\_  
Téléphone : \_\_\_\_\_  
TVA Intra : \_\_\_\_\_  
N° SIRET : \_\_\_\_\_

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris. Tarifs valables jusqu'au 31/10/2017 (TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques).

## Le marché des MBA

Panorama de l'offre et de la concurrence, évolution des *business models* et déploiement numérique

#### MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
<b>1 600,00 € HT</b>	<b>1 600,00 € HT</b>	<b>2 000,00 € HT</b>
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



#### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :