

政策解析：专业EMBA初露嫩芽急需施肥 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/109/2021_2022__E6_94_BF_E7_AD_96_E8_A7_A3_E6_c71_109196.htm 近日，继在去年推出“德鲁克EMBA”之后，中国人民大学商学院再次推出了另外一个专业EMBA项目“科特勒EMBA”。该项目侧重企业战略营销的实施，是国内首个以“战略营销”为方向的特色EMBA。被誉为“世界营销之父”的菲利普科特勒博士将于今年10月份到人民大学亲自授课。在国内EMBA项目逐渐趋同的今天，这种专业化的EMBA项目无疑体现出EMBA教育的一个全新走向。综合最近几年世界上各大排名机构的MBA排行榜，不难发现，MBA排名已经开始分门别类。排行榜在突出商学院师资和薪资的同时，逐渐把MBA的专业化纳入考核标准。此外，申请者在择校时也越来越倾向于把商学院的专业特色放在和其名气本身同样的位置。这些都充分说明MBA的专业教育已成国际趋势。同样，EMBA的专业化发展是中国企业所处的特定时代环境所决定的。国内的EMBA学员很多没有受过正规的商学院教育，所以读EMBA对于他们来说是一个“补课”的过程，专业化的知识训练愈显必要。所谓专业EMBA，并不是放弃对学员综合管理技能和全局战略思维的训练，而是在综合的基础上发挥商学院的专业优势。学员选择什么样的EMBA项目就读，可由自身企业的行业特点和所处发展阶段来决定。而对于商学院而言，也是根据国内企业的需求来设置专业EMBA项目。中国MBA发展研究会监事、北京高校管理科学研究会理事宋远方教授认为，目前国内的EMBA教育存在同质化的现象，这种状况一方面不利

于EMBA教育的探索，更重要的将不能给中国企业参与国际竞争提供足够的智力支持。特别是在中国加入WTO之后，中国企业最缺乏的是具有国际化战略眼光的经理层，全球价值供应链的变化将导致国际分工在进一步细化的同时，经理人需运用一种动态思维去把握企业走向，这就要求EMBA教育做到专业化和综合化的结合。中国人民大学商学院院长伊志宏指出，就目前而言，国内的EMBA历史还很短，其人群具有一定的特殊性，因此，国内EMBA专业化趋势还有一段路要走，但这有非常迫切的现实需要。

访谈 专业化，不是擅长某项技术来源：www.examda.com 科特勒称，是指专业的全局理念和理论 世界著名实战营销大师，“现代营销学之父”菲利普科特勒（Philip Kotler）的弟弟。米尔顿研究发展了大量的营销分析和系统工具，并在营销和商业流程变革领域出书立著，其最新著作是关于中国市场营销战略的《慧眼看中国》，由中国人民大学出版社出版。新京报：你认为EMBA有必要像MBA一样走专业化道路吗？米尔顿：这要从MBA的历史说起，美国MBA在创办之初，要求申请者必须有5年的经验，但是后来随着社会对MBA需求的增加，这个年限降低到了2年。由于工作年限的缩短，MBA教育也就逐渐开始专注于对公司中层管理人员的培养，到现在为止，MBA一致呈现出一种向下普及的趋势，商学院大多开设诸如会计、金融、营销等方向的MBA项目，他们可以说已经蜕变成偏重纯粹商业技能训练的硕士生项目。这样一来，公司高层的大量培训需求则得不到满足，于是，EMBA项目则很容易抢占这个空间。EMBA需要对公司全局的把握，而不是商业技能训练。“专业化”，不是说管理人员擅长某项技术，而是在一些

专业的全局理念和全局理论的指导下，通过EMBA的学习迅速在商学院找到企业所需要的那一部分智力资源。在中国，经理人急需一种战略营销思维，这也是开设战略营销EMBA或者EMBA教育专业化的现实需要。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com