

外界评论：EMBA五年仅仅是开始 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/454/2021_2022__E5_A4_96_E7_95_8C_E8_AF_84_E8_c71_454180.htm 人们总是喜欢以时间的节点作为对一个事物反思的开始。EMBA一出生就风华正茂，获得了足够多的关注。而今天，五岁的EMBA尽管步履蹒跚，但光鲜依旧。大众对它的热情，从未消失。似乎在不经意间，中国的EMBA教育已经走过了五年的历史。高昂的学费、名校的光芒、阔绰的学员……五年来，EMBA教育从不缺乏人气，一直在大众关注的视野里，但伴随着大众聚焦目光的，还有质疑和纷争。“价格战”“师资匮乏”“教材陈旧”等议题也折射出行业内部的浮躁。而关于拿这么多钱和时间能不能学来真本事，能不能交到生意上的朋友，以及买知识还是买资历，总是引来一次又一次的争议。但不可否认的是，经过这五年的风风雨雨，中国的EMBA教育更加成熟。而从大的格局来看，中国的EMBA教育在推动中国经济的健康发展上，起着无法衡量的积极作用。在质疑声中成长五年来，人们对商学院的争论主要还是围绕着EMBA这个教育产品最引人注目的两点进行：一个是师资，一个是人脉。因为很多人选择EMBA的道理很简单，要么是真心学点工商管理知识，要么是结交人脉，拓展自己的资源。而师资，却是很多商学院心中的痛，优秀的EMBA教授始终是一种稀缺资源。“商学院的EMBA师资里面，能够高质量地完成EMBA教育的教师不超过50人。”对外经贸大学国际商学院院长张新民说。对于师资相对匮乏的商学院来说，短期的权宜之计只能是横向联合，建立一条自有、外聘国内或国外教

授的师资链。“但其实师资并不是最重要的问题，学员的心态才是最重要的。很多人选择EMBA在乎的并不是教育本身。”张新民说。当前的EMBA仍然被很多“光环”和浮躁情绪所笼罩老板班、富人俱乐部，为了结交人脉、做生意而走进EMBA课堂。商学院的宣传也对所谓的“人脉”津津乐道。据调查，尽管很多EMBA学员都承认，同学之间谈生意相对容易得多，但是成功率不高。种种急功近利的初衷都与EMBA教育的本质相背离。这不仅需要EMBA学员认真反思，商学院也同样要思考自己的责任如何帮助中国企业看病、治病，而不是搭建一个富人俱乐部。商学院教育的光荣与梦想尽管有这样那样的问题，但毕竟中国的EMBA教育才开展了五年，商学院和学员都是勇敢的尝试者。2007年在业内享有盛誉的《金融时报》全球EMBA排名出来后，不少业内人士就欣喜地发现，EMBA的排名中国有五个项目入围，中欧国际工商管理学院EMBA课程更是排到了世界第23位。虽然这种排名不代表更深层次的东西，但至少在一定层面上说明了中国EMBA教育获得了国际上的认可。国际化正是这几年中国EMBA教育努力的方向。和MBA相比，EMBA是一个更加市场化的品牌，所以EMBA在发展上要紧跟国际潮流，在管理制度上、内容创新上下功夫。现在众多商学院纷纷走出去，请进来，通过增加国际交流来提升自己的教学质量。“归根到底，内容才是最重要的。品牌的建设绝非一朝一夕的工夫。”北京大学国际MBA院长助理张黎说。而注重本土经验，也成为很多商学院的共识。“国内外都在关注中国古代管理思想的回归，这种研究趋势非常流行。”中国人民大学商学院副院长宋远方表示。未来EMBA的竞争，是综合实力的竞

争，任何一家商学院如果想建立和保持领先性品牌，都必须在自主师资建设、全球及企业界师资资源整合、课程设置、教学管理、项目市场运作体制、生源质量控制、校友网络建设、国际化等方面，全面提升，才能赢得一席之地。五年，仅仅是一个开始。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