

2009年中国市场最具领导力EMBA评选活动EMBA考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/588/2021\\_2022\\_2009\\_E5\\_B9\\_B4\\_E4\\_B8\\_AD\\_c71\\_588501.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/588/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E4_B8_AD_c71_588501.htm)

中国市场最具领导力EMBA评选评价指标体系：中国市场最具领导力EMBA评选是从“市场声誉评价”（外部评价，40%权重）、“毕业生评价”（内部评价，40%权重）和“办学特色评价”（特色评价，20%权重）三个角度衡量中国EMBA教育的发展，并在EMBA时代网站（[www.EMBAtimes.com](http://www.EMBAtimes.com)）开通网络投票。依据最终得分对中国（大陆）市场EMBA教育机构进行综合排名（分国内商学院、独立商学院和中外合作项目三部分），同时推出单项奖和“中国EMBA荣誉毕业生”奖项。综合排名=市场声誉评价（40%权重）毕业生评价（40%权重）办学特色评价（20%权重）“市场声誉评价”以网络投票（投票地址：[www.EMBAtimes.com](http://www.EMBAtimes.com)）和媒体意见为准。“毕业生评价”以“知识的增量”、“社会资本的增量”、“财富的增量”和“国际视野的开拓”四个指标衡量。邀请参评学校提供30名07年EMBA毕业生联系方式，主办方对其中20名毕业生进行电话访问，请每个毕业生对四个指标进行5分制打分。

“办学特色评价”由学校提供。评选介绍：《中国市场最具领导力EMBA》评选是国内最早和最具影响力的针对EMBA教育的评选活动，评选伴随并监测了EMBA教育在中国的发展。首届评选（2004年1月）在国内EMBA教育评介中“首开先河”；第二届评选（2005年4月）增设单项奖；第三届评选（2006年5月）首次向社会发布“中国EMBA荣誉毕业生”；第五届评选（2008年6月）成功推出《EMBA时代》杂志。评

选得到了商学院、EMBA报考者、EMBA毕业生、媒体和社会的广泛关注，每年一次的发布会和论坛活动已成为业界一大盛事。为了进一步推动EMBA教育在中国的发展，树立和维护《中国市场最具领导力EMBA》的品牌形象，并为企业家、企业高层管理人员报考EMBA提供参考和指南，国内领先的商学院传播机构品牌时代国际传媒、中国EMBA传播旗舰门户EMBA时代网站（[www.EMBAtimes.com](http://www.EMBAtimes.com)）联合国内外十余家媒体共同举办《2009（第六届）中国市场最具领导力EMBA》评选活动。本届评选采用“市场声誉评价”（外部评价，40%权重）、“毕业生评价”（内部评价，40%权重）和“办学特色评价”（20%权重）三个指标衡量EMBA教育在中国的发展，其中“毕业生评价”又以“知识的增量”、“社会资本的增量”、“财富的增量”和“国际视野开拓”四个动态指标衡量。依据最终得分，对中国（大陆）市场EMBA教育机构进行综合排名（分国内商学院、独立商学院、中外合作项目三个榜单），同时发布“单项奖”和“中国EMBA荣誉毕业生”。本届评选突出以下特色：

- 、总体排名，不再考虑学校参与与否；
- 、量化评价指标，各评价指标将逐项打分并乘以权重。

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](http://www.100test.com)