

学费越高昂越有人埋单 EMBA教育“向钱看”在职硕士考试
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/642/2021_2022__E5_AD_A6_E8_B4_B9_E8_B6_8A_E9_c71_642695.htm 就像驾乘奔驰、宝马，身着BALLY、LV一样，如今读EMBA也成为一种“奢侈品”。从最初官方指导价20万元左右开始，国内EMBA的学费一路高歌猛进，最高学费甚至超过了50万元，并且还有持续上升的势头。2002年国家正式批准开办EMBA教育，中国EMBA教育经历了超常规发展，有资格从事EMBA的商学院从最初30所增加到62所，市场上各类EMBA项目不下100个，每年招生规模超过1.5万人。与此同时，从2002年到2009年，一流商学院平均涨价45%以上，学费超过25万元的商学院已经超过10家。EMBA不读最好只读最贵《经理人》“2009年度中国最佳EMBA排行榜”调查显示：与2007年的学费相比，排名前十位的EMBA项目，有半数的商学院涨幅超过30%。还有不少商学院正在酝酿2010年学费涨价。生源踊跃，是商学院进一步高收费顺理成章的理由。即使在金融危机后，知名商学院2009年春季班的报考人数也同比增长20%以上。供不应求导致价格水涨船高。同时，EMBA自身的定位决定了高学费与高消费阶层有关，“教育是为一定阶层服务的，如果说本科教育是大众教育，MBA是趋向精英教育，那么EMBA教育就是真正意义上的精英教育。”50%以上的EMBA学生都是所在单位或企业的决策层的领导。高消费阶层对高价的承受能力毋庸置疑。商学院在营销上还采用了“类奢侈品”战略，越奢侈越有人埋单。作为正规学位教育的一种，EMBA的硕士研究生教育蒙上高消费的色彩。这也折射出了商学院的尴

尬：作为开办EMBA教育的学院，既在大专院校的非盈利体制框架内，又身兼教育产业化与市场化先行者重任，其教育定位值得深思。EMBA办学偏重交际圈 为了吸收学员，承诺可以“搞定”一切事情没时间上课，可以帮忙签到、录像录音，甚至派秘书代听也可以。这是个别商学院对于EMBA学员的“承诺”。高端生源是提升各家商学院EMBA项目影响力的重要方法。因此，商学院之间争夺高端生源的方法层出不穷。这种做法直接影响了正确的办学理念。有关人士表示，从商品化的角度看，EMBA无疑是高回报率的产品，追求经济效益也无可厚非。但是，EMBA根本在教育，而非培训、俱乐部、交际圈。2009年中国最佳EMBA排行项目负责人陈振焯认为，在中国商学院中，能从“教”和“育”两个角度同时思考EMBA办学的，只有为数不多的几家。一位知名商学院的院长深有感触地表示，在与国外顶尖商学院及EMBA学员接触后，感触最深的是人家的EMBA学员走路、讲话、吃饭始终透着一种贵族气质，而且有丰富的知识内涵支撑，但中国的EMBA学员却缺乏这种东西。这与中国商学院的教育理念和管理有直接的关系。正是因为没有明确的办学理念，成为国内EMBA教育招生、师资匮乏、管理不当、创新滞后等等一系列问题的源头。EMBA跳槽现象引关注“老板班的时代正在结束，越来越多的职业经理人攻读EMBA，他们将之视为事业的新起点，从这里可以跳到更满意的公司、谋得更高的职位。”《经理人》执行主编周建华认为，攻读EMBA的企业高管跳槽是一个值得关注的现象。目前，国内商学院每年都会接到一些企业的“大单”企业送去读EMBA的少则几人，多则几十人，学员中的职业经理人比

例大幅提高。“从目前来看，攻读EMBA的高管跳槽不算很普遍，但近年有明显上升的迹象。随着EMBA学员年轻化、职位走低，EMBA跳槽现象很值得关注。”2009年中国最佳EMBA排行项目负责人陈振焯如是说。调查发现，除了恶意的挖脚，选择跳槽的EMBA学员绝大多数是因为在原来的企业里个人发展遇到了瓶颈。EMBA跳槽事件折射出当前中国企业普遍面临的尴尬：当公司的发展目标与职业经理人的个人发展目标不一致时，在权利和义务的天平上，大家如何博弈以达到均衡？有关人士认为，在制度层面，企业和员工双方应以合约的方式约定双方的责、权、利，例如，学成后几年之内要服务于本公司，体现双方相互的尊重和认同。另一方面，企业必须创造好的发展平台，给予员工经济和文化上的认同。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