

专业化：EMBA的新风向标在职硕士考试 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__E4_B8_93_E4_B8_9A_E5_8C_96_EF_c71_642772.htm 与如火如荼的MBA招生大战一样，如今各种EMBA招生说明会也是一场接一场。其中，不少EMBA项目都开始纷纷打上了“专业化”旗号，一些商学院先后推出房地产、金融、医院、传媒等方向的EMBA项目。一些专家预测，随着EMBA生源竞争越来越激烈和商学院教育日益注重差异化、细分化，专业化将成为EMBA教育发展的一个新趋势，国内EMBA教育将进入专业化时代。专业细分已成EMBA发展潮流目前，越来越多的EMBA项目正在打上“专业化”的旗号，这些专业EMBA具有“度身定制”的优势，比如“房地产EMBA”、“技术EMBA”、“金融EMBA”等，EMBA专业化浪潮可谓风生水起。例如，中国人民大学商学院推出的“科特勒EMBA”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，并由被誉为“世界营销之父”的菲利普科特勒博士亲自授课。据记者了解，在MBA教育的专业化已经成为大势所趋的背景下，很多商学院也推出专业EMBA。例如，中山大学岭南学院推出了医药卫生方向的EMBA项目；上海交通大学则推出“金融EMBA”和“传媒EMBA”；复旦大学与香港大学合作推出了金融EMBA，并同阿尔卡特合作定向为培养通讯类专业EMBA。还有一些国外的EMBA项目，也打着专业EMBA的旗号来招生。此外，一些行业性院校，例如北京航空航天大学、北京邮电大学，也推出了自己的专业方向EMBA项目。据业内人士透露，目前，在国内像

这样的以“专业EMBA”为卖点的EMBA项目已经多达几十个。“随着EMBA教育市场的日益细分，将会出现越来越多的专业方向EMBA项目。”北京大学研究员李懿恒表示，以美国半个多世纪的商学院教育来说，办出自己的特色已经成为它们生存的基础。事实上，一些国际著名商学院均是以办出自己的特色而著称于世，例如美国沃顿商学院以金融方向著称；西北大学凯洛格商学院以市场营销著名；MIT的金融技术管理很强；芝加哥大学的MBA学生多半是冲着学校在金融方面的极高声望。需求升级让商学院“按需应变”EMBA教育出现专业化的趋势，在很大程度上是在招生竞争越来越激烈、商学院越来越注重通过走差异化、细分化的策略来树立品牌、争夺生源的产物。不过专家认为，导致这种趋势的最根本原因，还是商学院在主动迎合EMBA教育消费群体需求的不断升级。美国百森商学院教授、清华大学EMBA特聘教授伍健民曾表示，单一的、综合性的项目已经不能满足中国商界的需求了。中国的EMBA项目必须选择自己将向哪些特定的公司或经理提供服务。大学只有设置有的放矢的课程才能生存和发展。从某种程度而言，公司高管对EMBA项目的需求取决于公司处于哪个发展阶段。他认为，新兴企业的高级经理人员，他们需要了解企业的方方面面，如生产、市场营销和研发，同时还需要具备财务知识，特别是对现金流有所了解，他们就需要一个面面俱到的EMBA项目；对于已进入成长期的公司而言，高级经理人员对于财务知识的需求没那么高了，但仍需具备各方面的管理知识，以及更多的战略规划技能和发现人才的能力；对于成熟公司，高级经理人员不需要具备金融和市场知识等专业技能，他们需要的是很强

的战略规划技能和组织领导能力。据业内人士介绍，在国内，由于高校在人才培养上一直是专业门类划分得较细、绝大多数人才都并不具有跨专业和学科领域的专业背景等，造成适合读EMBA人群中复合型人才比例很少。因此，很多高校按行业、专业来开设EMBA项目，是为了更适合国情地为企业高层提供某一专业领域所涉及的专业、管理知识训练，从而更好地为老板和高管“补课”。事实上，所谓“专业EMBA”，并非意味放弃对综合管理技能、全局战略思维的训练，而是在综合基础上发挥商学院的专业优势。至于选择什么样的EMBA就读，学员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，他们是在根据国内企业的需求来设置更加符合市场需求的EMBA项目。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