

真的要去商学院读MBA吗MBA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_ti2020/644/2021_2022__E7_9C_9F_E7_9A_84_E8_A6_81_E5_c70_644762.htm 王燕刚刚签下一份工作合同，总算实现了自己落户北京的梦想。作为一个应届MBA毕业生，在读商学院之前，她已经做到了一家企业董事会秘书的职位。临近毕业，本想用MBA证书的光芒照亮自己的未来，但金融危机下找工作的艰辛却超出了自己的想象。2009年和王燕一起参与竞争的MBA毕业生据估计在25000多个，但在就业市场上MBA学生并不是唯一的竞争群体，他们要和普通的硕士生、博士生竞争，甚至要和本科生竞争。而社会上对MBA学生普遍存有误解，有人认为MBA是一把通向高薪高职位的金钥匙，有人认为MBA不过是一种用金钱来置换的文凭。但争议背后的事实是，不少中国本土MBA毕业生并没有在竞争中表现出过人的商业才能，水平的参差不齐造成了用人单位对整个群体的不信任。冰火两重天这种不信任首先表现在用人单位对待不同商学院毕业生的态度上。在找工作的过程中，最让王燕感到无奈的是用人单位对个别名牌院校的青睐。“在中远国际面试海选的时候，其他面试者都在拼命表现自己。而清华北大的学生不费吹灰之力就进入了二面，其他面试的人都觉得很不公平。”王燕一想起这种遭遇，就感到不公平。但她也清楚地知道现在的MBA太泛滥，各个学校一窝蜂地都办商学院，区别不出优势。王燕的故事并不是一个孤立的案例。在记者的调查中，相当一部分MBA毕业生在找工作的过程中并不如意。但在信息不对称的情况下，用人单位对名牌学校学生的青睐自然可以理解。在目前

的中国，想去商学院读MBA有两个渠道，一个是参加全国的MBA联考，入读中国官办大学的商学院。另外一个则是凭借GMAT考试的成绩，去独立的中欧国际工商学院、长江商学院和北大中国经济研究中心的中外办学项目北大国际MBA上学。如果把北大光华管理学院、清华经济管理学院、复旦管理学院等名牌大学的商学院以及独立的三所商学院归为一线商学院，那么其他商学院则视为二线商学院。这个竞争的商学院市场是个典型的符合“二八”法则的市场，参加全国MBA联考的考生数量表明，一线商学院的竞争非常激烈，而二线商学院应者寥寥，不少学校往往要靠调剂才能完成招生指标。同时，在毕业生的市场上，相对于二线商学院，一线商学院的学生显然更加抢手。这种法则同样体现在非学历教育的EMBA项目和EDP项目上，一线商学院受到了更多人的追捧。以他们的EDP项目收入为例，2006年中欧工商管理学院的销售额为1.2亿元，清华经管学院的营业额在5000万元左右，北大光华则有4000多万元进账。浮躁的选择不同的人选择读商学院有着不同的理由。一般来说，去读商学院的人有两种类型：一种是谋求职业转型的。这些人不想在一个行业待下去，想转换行业和职能，以获得新的舞台。另外一种人是职业加强型。这些人想通过读书增加将来的竞争力，追求更高的平台和更好的生活品质。这些人读商学院以知识需求为主，有着明确的目的，往往也能有最好的学习效果。还有很多人去读商学院则不是为了真正学习工商管理知识，而是为了去拿一个文凭。这些人或多或少都有一些名校情结。他们的选择都是为了弥补自己曾经的缺憾。“我觉得现在EMBA教育最大的问题是学员的认识问题。有些学员带着

炫耀性心理来读书，他们不在于知识上的补充，不想从教育中学到规范企业的方法，而在于拿一个学位。也有要知识的，但他们往往需要现成的解决方案，对老师的期望类似于一个咨询师的角色。但商学院老师并不像他们想象中那样，能够开出包治百病的药方。更关键的是，商学院并不是咨询公司。这是一个矛盾，和教育的本质相悖。”对外经贸大学国际商学院院长张新民在接受记者采访时说。其实不单是EMBA，这种现象在MBA学生中同样存在。清华大学材料系毕业、直到2007年才决定去北大光华读MBA的陈国定早在2002年就开始做MBA的应试培训，创办了国定教育培训。现在这个一边读MBA学位一边读教育学博士学位的MBA江湖元老直言：“MBA联考是最简单、最容易拿下的考试。”正是这种相对较低的入门门槛给了很多人弥补自己“名校情结”或是“学历情结”的机会。记者在北京的一些商学院采访中还了解到一个怪现象。很多人选择去读MBA的目的很单纯，就是为了毕业后能够拿到北京户口。对于这些人来说，在北京已经漂泊了一段时间，年龄渐长，希望自己能安定下来。北京户口是这些安定因素中最重要的一個。根据现有的户籍政策，要想获得留京机会，应届毕业的研究生是一个机会。于是，MBA提供的研究生学位教育以及门槛相对较低的MBA入学考试，使得一部分人看到了这个捷径。“至少比花很多钱买户口要值吧。”一个MBA学员说。盈利的冲动旺盛的需求自然刺激着供给。在学员们浮躁和盲目的选择下，许多商学院也开始蠢蠢欲动，品牌的建设往往让位于短期的利益。据悉，为了扩大生源，有些商学院的MBA项目采取了“先上车后买票”的做法，先招学生进来，然后再在规定时间内

间内完成全国联考。这种招生的数额非常大，因为几乎没有人会因为考试而被淘汰，考试对于这些商学院来说只是“内部的事情”。还有一些高校的招生甚至模仿培训机构的模式，把招生任务层层下放，招生人员按比例获取提成。与此同时，围绕着商学院也形成了一个强大的生态圈应试培训、图书出版、媒体广告、餐饮服务等等。在北京，就有至少4家广告公司在做商学院的广告代理和品牌推广。这些广告公司的生存得益于各个商学院不计成本的招生宣传，尤其是EMBA项目和EDP项目的宣传。一家专门负责商学院广告投放的广告公司职员告诉我们，他们的调查显示，有的商学院每年招生宣传费用高达300万，至少也有几十万。现在围绕商学院进行的排名和论坛，无不是瞄着这些钱而去。林林总总的商学院招生宣传中，主要是围绕着两方面进行。一方面是师资。而师资恰恰是商学院的短板。就目前而言，部分商学院的自有师资超过70%，而多数则维持在50%左右；另一方面是人脉。“你将和××成为同学”的广告不时见诸报端，商学院宣传对所谓的“人脉”“搭建富人俱乐部”津津乐道。但调查显示，尽管很多商学院学员都承认，同学之间谈生意相对容易得多，但是成功率并不高。对于他们来说，个人感情与生意依然是泾渭分明的。某高校一位不愿意透露姓名的MBA联合会主席向我们表示：“现在商学院目光短浅，就只想着多招几个人，多收点学费，而不去想办法提高教育质量，扩大就业通道，甚至连校友资源都要学生自己整理。我们的院长经常换，每个人都有不同的理念，但有一点是一样的，就是只注意创收。”学历中心还是学生中心？“中国商学院是以学历为中心来构造产业链的。学历在这里是一种垄断的供给

，是卖方市场。”陈国定说。他把现在中国商学院的学历比喻成货币。学历像货币一样流通，过度供给的结果就容易造成通货膨胀，学历贬值。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