

论 MBA 教育的社区化

易绵阳, 陈 静

(湖南工业大学 商学院, 湖南 株洲 412007)

摘 要:中国 MBA 不仅要国际化、本土化而且要社区化,所以,中国 MBA 应该是一个国际化、本土化、社区化三位一体的整体。MBA 社区化的实施路径有二:一是 MBA 培养目标要体现社区化;二是培养过程嵌入社区元素。MBA 社区化的实施取决于五个要素:任课教师、教学设施、教材、教学方法和教学环境。

关键词:MBA 教育;社区化;实施路径

中图分类号:G72

文献标识码:A

文章编号:1674-5884(2013)11-0026-03

一 问题的提出:MBA 教育需要国际化、本土化和社区化

MBA 教育源于美国。1984 年,纽约州立大学布法罗分校与大连理工大学合作举办 MBA 班,开启了中国 MBA 教育的先河。1991 年,北京大学、清华大学等 9 所大学获准举办 MBA 教育项目,标志着中国 MBA 正式启航。对中国而言,MBA 是一个舶来品,中国的 MBA 教育从试办之初就充分参照和遵循国际标准,20 多年来,中国 MBA 教育的国际化得到不断的深化,已经贯穿于 MBA 教育的全过程:招考方式、课程体系、课程内容、评价标准等等都与欧美 MBA 基本相似。中国 MBA 教育始终注重与国际高度接轨,正因为如此,MBA 成为中国国内国际化程度最高的专业学位。

毕竟,中西文化有差异、中西经济发展水平有差距,中国 MBA 教育在国际化时遇到了难以回避的问题,如西方经济学与管理学中的某些理论在中国难以得到实证支持、西方很多已经普遍使用的经济工具在中国还没产生、哈佛案例库中的经典案例中国 MBA 学生因知识与经验积累不够而毫不感兴趣。这一切说明,中国 MBA 教育遇到了食洋不化的难题。克服这一难题,中国 MBA 教育在国际化的背景下还需本土化。20 多年来,中国 MBA 教育在本土化上进行了有益的探索,体现在:课程体系中加入了研究中国问题的课程、课程内容中较多地采用中国本土的案例。本土化使中国 MBA 教育真正有了中国味,而且,这是形成中国 MBA 教育模式的基点。

本土化是与国际化相对应的一个术语,本土化的含义

应可理解为中国化,中国 MBA 的本土化实际上就是 MBA 教育的中国化。就像国家与国家之间存在差距一样,中国国内各地方之间也存在较大的差距,并且这些差距也是体现在经济发展水平、思想文化等方面。由此决定,中国 MBA 教育就像适应中国与西方差异一样,也应该去适应国内的地方差异。适应地方差异,就要求中国 MBA 还需社区化。为什么讲 MBA 的社区化而不讲 MBA 的区域化呢?原因有二:

首先,区域的的面域很广,中部、东部、西部是一个区域概念,东南、西南、西北、华北也是一个区域概念,省乃至县市还是一个区域概念,“区域”一词意义较泛,MBA 区域化很难廓清 MBA 到底为哪个层次的区域服务,如湖南某某大学 MBA 区域化,到底是为湖南区域服务?或为中南地区服务?还是为中部地区服务?很难明确。难以明确的目标就是不能落到实处的目标,就是一个虚空的目标,最终就只会是一个毫无用处的口号。

其次,地方性大学主要为地方经济建设服务,这里的地方有大与小之分。“大”就是大学所在省份,如海南大学,是海南省的地方性大学,其办学目标就是成为海南省“培养人才的摇篮,政府决策的智囊,科学研究的基地”,海南大学的服务对象是海南全省。“小”就是大学所在的城市或地区,很多地方性大学地处非省会城市(有的还远离省会城市),因全国重点大学和地处省会的省属地方性大学或无暇或无力顾及这类地方性大学所处的地方,所以,服务地方经济建设的重任自然落到当地大学的肩上。在美国,承担本科教育的大学除了私立大学和州立大学之

收稿日期:2013-07-26

基金项目:湖南省学位与研究生教育教学改革研究重点课题“社区 MBA 教育模式研究:以湖南工业大学为例”(JG2010A019)

作者简介:易绵阳(1977-),男,湖南株洲人,博士,副教授,主要从事 MBA 教育研究。

外,还有一类重要的大学——社区大学。社区大学扎根地方,直接为地方服务,担负着教育美国44%的本科学生的任务。我国承担本科教育的大学大体上也可以分为三类:“985”大学、“211”大学和地方性大学。如果仅从办学定位上看,我国的地方性大学(特别是位于非省份城市的地方性大学)比较类似于美国的社区大学^①。引此含义,我国地方性大学MBA为地方服务,等意为社区大学MBA为社区服务,再精炼一点就是“MBA的社区化”。社区的含义很明确,大则是地方性大学所在的省,小则是地方性大学所在的市。

再次,1991年我国开始试办MBA教育时,全国仅9所院校具有MBA招生培养权,20多年来,伴随着我国经济的快速发展,MBA教育也蓬勃发展,至2012年,全国培养院校达237所。在这237所MBA培养院校中,“985”大学和“211”大学仅113所(“211”大学中也有部分是地方性大学),其余124所高校都是地方性大学,其中有72所是地处非省会城市的地方性大学,这类大学的影响力主要在本地,这就决定其所举办的MBA教育项目只能扎根本地,通过服务社区提升项目竞争力。

中国MBA须与国际接轨,需要国际化;须体现中国特色,需要本土化;须为地方服务,需要社区化。所以,中国MBA应该是集国际化、本土化、社区化三位一体的MBA。国际化和本土化是社区化的基础,忽视国际化和本土化,只突出社区化,培养的是只知本地实际而没有宽阔的国际国内视野的夜郎自大式人才;社区化是国际化和本土化的落脚点,具有宽阔的国际国内视野但却茫然不知本地之实际,这是好看而中用的人才。这两种情况,都不能说MBA教育是成功的。

二 MBA教育社区化的实施路径:结合湖南工业大学实践的讨论

湖南工业大学是一所地方性大学,地处非省会城市——株洲。2009年,国务院学位办批准湖南工业大学试办MBA教育项目,系第八批MBA举办院校,已经招生三届。在所招收的学员中,平均起来,每届有约91%的学员来自于株洲市的企业、高校、政府机关和其他非赢利组织。四年来,湖南工业大学将社区元素嵌入到MBA办学实践之中,不断地探索与践履社区MBA办学思路。

1. 培养目标体现为社区服务

湖南工业大学MBA教育中心围绕培养目标展开了多次调查,调查结果显示,无论是业界还是MBA学员,都表达了湖南工业大学MBA教育项目社区化的诉求。株洲各届之所以支持员工到湖南工业大学攻读MBA,怀有两个希望:一是希望员工通过学习能更加深刻地了解株洲经济社会和株洲本地企业发展状况从而更好地为本单位服务,二是希望员工能更加深刻地领会株洲精神从而实现株洲文

化认同。这些,他们相信湖南工业大学有动力也有能力去满足,他们认为其他高校难以满足。再看学员的诉求。相当部分学员认为自己一辈子就在株洲工作,为更好地搞好工作,对株洲历史、株洲文化、株洲企业、株洲市场等等要有系统的把握,他们强烈要求学校开设关于株洲的课程、或举办专题讲座、或进行案例讨论。打算将来离开株洲的学员也认同上述要求,因为更好地认识株洲对目前的工作是很有利的。MBA教育是使命导向教育,回应上面的各种诉求,湖南工业大学MBA项目必须“扎根株洲、服务株洲、引领株洲”作为自己的使命,在这个特定使命的导向下,湖南工业大学MBA的培养目标除了具有MBA的共性之外,还加入了社区即株洲元素。要求MBA学员“既要具有国际国内视野又要深谙株洲区域经济社会实况”,“能运用一般经济管理理论分析、解决株洲区域发展中的问题”。

2. 社区元素嵌入MBA培养过程

首先体现在课程设置上。按全国MBA教育指导委员会文件要求,MBA培养单位在10门核心课程之外可以按各自需求设置特色课程,在湖南工业大学MBA课程设置方案中,株洲经济发展研究和株洲工业史是必修课程,湖湘文化与湘商崛起被列为公共选修课程。

其次体现在课程教学中。战略管理、人力资源管理、会计学、财务管理、组织行为学、营销管理、企业文化等课程的案例教学实行“三三制”,即国际案例、国内案例、株洲案例各占三分之一,这样,一方面把社区元素嵌入到了每一门核心课程的教学过程中,另一方面,迫使任课教师深入实务部门进行深度调研,开发社区案例。教师开发案例,本身就是研究分析企业管理实际问题,得到了企业的广泛欢迎,有的企业甚至邀请案例开发教师把案例讨论课直接搬到企业去上,企业管理人员也参加案例讨论,这样的案例讨论课既有针对性又有思想性,教学效果非常好。

第三是体现在实践教学环节上。MBA培养的是面向实战的管理者而非从事研究的管理学者,实践教学是MBA教学一个重要方面,课程案例教学中建立起来的校企良好合作关系为实践教学提供了很好的前提,湖南工业大学MBA教育中心在任课教师所联系的企业广泛地建立湖南工业大学MBA流动站。这里需要说明的是,为什么叫流动站而不叫实践教学基地呢?我们认为,实践教学基地是企业为学校提供单向度的教学服务,流动站则不同,企业为学校提供教学服务,同时学校也为企业提供智力支持。

第四是体现在学术研讨上。MBA既是职业教育同时又是学历教育,职业教育特性要求学校必须训练MBA学员的实际技能,如营销技能、人力资源管理技能、商务策划技能、管理沟通技能等等,学历教育特性决定学校还需培养MBA学员的思维力,深邃、系统、前瞻的思维力来源于理论学习、学理分析和学术研讨。一般而言,每个MBA学员对国际国内大事都有所了解,特别是对身边的事情有更多的

^① 我国的地方性大学与美国社区大学并不完全相同,如在人才培养层次上,我国的部分地方性大学具有硕士学位授予权,少数地方性大学甚至拥有博士学位授予权;美国的社区大学一般不具备研究生培养资格,只培养本专科层次学生,且本科教育不授予学位。

了解甚至有自己的见解。但因缺乏理论分析工具,往往是有观点而无思想,有零碎的知识而无完整的体系,对事物的判断往往只是一种直觉判断而不是严密的逻辑演绎。提升MBA学员思维能力的最好办法就是举办学术研讨会。湖南工业大学MBA教育中心每季度举行一场学术研讨会,每一场研讨会都体现MBA的国际化、本土化和社区化原则:即研讨的主题是株洲社区中的实际问题,但必须放在国际和国内经济背景下来研讨。已经研讨的主题主要有:中国模式下的株洲经济发展模式研究、金融危机对株洲经济的冲击、金融危机给株洲经济转型带来的机遇、房地产严控背景下的株洲房地产走势、太子奶危机面面观、株洲和中国民营企业从太子奶危机中要吸取什么教训?南车何以成为株洲的“地标”?株洲银行业市场结构分析。这些研讨主题,因切合株洲实际,正是株洲实际部门关心的问题,引起了株洲各界的关注,株洲各界广泛地参与湖南工业大学MBA高峰论坛并予以一定的资助。

第五是毕业设计上突出社区化。MBA作为专业学位,其毕业设计形式多样化,可以是论文,可以是案例研究,还可以是商务策划书,但MBA的毕业设计内容必须是针对实际问题,鼓励学员从科学的角度、学理的高度研究自己工作中的问题。因湖南工业大学MBA学员绝大部分来自株洲区域,很自然,他们的毕业设计选题以株洲经济社会发展中的实际问题居多,这些选题涉及:从微观层面研究株洲境内某家企业财务管理、人力资源管理、战略管理、营销管理、信息管理;从中观层面研究株洲产业调整、农业发展、企业成长、城市管理模式创新;从宏观层面研究株洲区域发展战略。其中的一些选题得到了政府部门、企业的资助,受此启发,湖南工业大学MBA教育中心正谋划与株洲实务部门联合推出100个研究课题,供MBA学员选择,通过有序的引导,使MBA学员的研究更加切合社区的需要,同时也为株洲实务部门提供强有力的智力支持。

三 MBA教育社区化的实施保证

MBA教育能不能成功实践社区化路径,主要取决于五个因素。

第一是“人”的因素。这里的“人”主要是MBA任课教师。MBA任课教师既要能驾驭所任教课程的国际国内动态,又要能娴熟地运用国际国内理论分析本社区实际的能力。如果任课教师只通晓国际国内动态,对本社区实际茫然不知,MBA教育难以社区化;反过来,任课教师熟悉本社区实际,但没有国际国内视野,那也只能就事论事,上升不到学理高度,MBA教育同样不能实现社区化。

第二是“机”的因素。这里的“机”主要是指教学设备和教具。目前,国内商学院都配备了多媒体教学设备,为

MBA教学的开展提供了坚实的保障,第一到第七批MBA项目举办院校不存在教学设备跟不上教学需要的问题。不过,2009年以后新批准的第八、第九、第十批MBA项目培养院校(共110所高校),迄今处在MBA教育试办期,教学设备与教学需求存在一定的差距,不利于社区化教学的开展。

第三是“料”的因素。这里的“料”主要是教材。目前,国内MBA教育所使用的教材主要是两种,一种是直接使用国外英文版教材,第二种是国内统编的教材,国外版教材能很好地体现MBA教育的国际化却不能体现本土化和社区化,国内统编教材兼顾了国际化与本土化,但没有顾及社区化。MBA教育实践社区化办学思路,每个MBA培养院校可以组织教师开发本社区案例,作为教学的辅助资料,以弥补目前国内教材的不足。

第四是“法”的因素。这里的“法”系指教学方法。MBA既是学历教育又是职业教育,前者决定MBA教育必须有一定的理论深度与高度,后者决定MBA不能是纯理论教育必须结合企业经营管理实际。切合MBA教育特征的教学方法是国际上通用的案例教学方法,案例教学也早已被国内商学院MBA教学所广泛采用,但实施MBA教育的社区化,目前在两个方面还需提高:一是开发反映社区实际的教学案例,二是掌握社区化案例教学的方法,因为讨论的是社区案例,歌功颂德不符合教学要求,直面问题又担心得罪企业,所以,在社区化案例教学过程中,如何把握教学中“度”需要不断探索。

第五是“环”的因素,即营造良好的教学环境。MBA文化建设要引导师生不仅要关心国际国内企业管理动态,也要关注本社区的企业经营管理状况,以引领社区发展为追求,以服务社区发展为目标。在一个人人都关心社区发展的环境中,MBA项目自然地融入到社区中去。

参考文献:

- [1] 易罗婕,谢风华.中外MBA教育培养模式比较研究[J].湖南财政经济学院学报,2011(4).
- [2] 赵万霞,赵伟.MBA课程国际化与本土化现状及问题分析[J].清华大学教育研究,2004(12).
- [3] 高闯,李雪欣.中国MBA教育的国际化和本土化——基于要素分析法的视角[J].学位与研究生教育,2009(11).
- [4] 陈晓红.新世纪MBA教育发展研究[J].现代大学教育,2002(3).
- [5] 朱煜明.专业化、特色化的MBA教育:中国MBA教育新趋势[J].西北工业大学学报,2004(12).

(责任编辑 龙四清)