

工商管理硕士教育的新动向

New Tendency in Graduate Education of Business Administration

饶美蛟

(香港中文大学管理系, 讲座教授)

卢家仪

(清华大学经济管理学院, 副教授 北京 100084)

工商管理人才教育发展概况

我们正处于国际形势发生深刻变化的时代, 国与国之间的竞争将越来越取决于经济实力的较量, 一国的科技与人力资源状况将起着举足轻重的影响。对决定经济发展有着重要作用的工商管理人才的需求已提到议事日程上。

作为培养工商管理人才的教育体系, 西方是以 MBA (Master of Business Administration, 工商管理硕士) 为代表的。以美国为例, 其 MBA 学位教育是由哈佛大学于 1910 年首创的。随着经济发展, 全美 MBA 教育规模越来越大。尤其在美国经济较长时期处于繁荣状态的 70~80 年代, 企业需要大量管理人才, 对 MBA 学生特别是一流大学商学院毕业生的需求, 形成供不应求的局面。许多知名甚或无名的大小院校都纷纷设立工商管理硕士课程, 以至形成泛滥状况。至今美国已有 700 多所大学设有工商管理专业, 相关的学位有近百种, 累计毕业人数已逾百万人。MBA 毕业生活跃于生产、销售、金融等各个部门, 是美国工商界不可缺少的主角。美国 MBA 教育注重精神的塑造和能力的培养, 注意教学内容的更新和教学手段的多样化, 认真选择师资, 并重视与工商界的密切联系。

中国管理教育的发展道路极其曲折艰难。解放初期在原苏联模式指导下设置了工程类的管理专业。此后一些文科和财经院校也设置一些经济类或管理类专业。1966 年“文化大革命”, 管理专业停办。直到 1978 年实行“改革开放”方针后, 国内大学纷纷恢复并扩大发展管理专业。其后, 中央和地方电视大学、成人教育、在职干部教育院校也都开辟、开展了管理教育。据不完全统计, 仅中央各部、委和各省市的经济管理干部院校就超过 100 所。90 年代随

着我国经济改革开放的加速进行, 为满足国内对工商管理人才的迫切需求, 1991 年首先在 9 所大学的管理院系试办工商管理硕士(MBA)学位, 1993 年又扩展到 26 所大学, 不少学校开始举办在职(不脱产)工商管理硕士(Executive MBA, EMBA)课程。1993 年中国首批 MBA 研究生毕业, 完成了按中国特点培养的全过程。目前社会对 MBA 毕业生需求量很大, MBA 和 EMBA 均有很好的发展前景。以清华大学经济管理学院为例, 1991 年设置 MBA 时仅招生 15 名, 1994 年招生 89 名, 计划在本世纪内将招生规模扩大到 400 名。但总的看来, MBA 教育还处于起步阶段, 如何借鉴发达国家工商管理教育的经验教训, 尽快摸索出一套行之有效的, 既有中国特色又与国际接轨的 MBA 培养方式, 已成为中国教育改革和教育发展中面临的重要课题。

受到严厉批评的西方工商管理教育

当今世界范围的急剧变革, 推动一批走在前沿的理论家和企业家摒弃传统的管理思想, 大刀阔斧地在实践中彻底革新, 力图创建适应新的经济发展潮流的企业, 引发了一场管理革命。

这些先驱者认为: “公司改革意味着一切从新的观念开始”; “改革是在思想方法上脱胎换骨, 并彻底改革经营过程, 其中关键是要改变传统管理重视诸如工作、项目、人员、结构等分立步骤的做法, 建立‘过程至上’的观念。”在新观念的指导下, 把原来层层分割的工作按“过程”组织起来, 让参加过程的人们都知道过程所要达到的目的。由此, 人们的角色改变了——从被别人控制到拥有自主权; 企业结构也从多层次、权力集中的金字塔型变为管理层次简单的平面型。

管理变革必然会对管理人员提出更高要求。被人们誉为“新杜拉克”(杜拉克, Peter F. Drucker, 为

美国著名的管理大师)的哈佛大学教授奎因·米尔斯在最近出版的《新竞争者》一书中说道:“当今企业环境最重要的特征是标新立异的竞争。在这个时代里,适应性是企业最大的特点。成功的企业更多的是依靠随机应变的组织,而不是周密设想的计划”。他指出:“成功的管理者会坚持不懈地关注工作人员的激励因素与行为表现,并努力塑造自己公司的工作伦理、企业文化”;“当今管理者除了是决策者之外,还愈来愈具备教练、目标制订者和教师的性质,管理者们更多的工作是去领导而不是自己去干,是劝服人们接受而不是强行推行计划或观点。”

纵观西方的 MBA 教育,在过去 10 余年间,由于教育规模的不断扩大,忽视了教学改革,以致培养的管理人才不能胜任自己的工作,招来社会各界的大量批评。近几年对外国(尤其是美国)MBA 的批评变得更为严厉。有些批评来自工商界主管人士,有些则出自商学院任教的学者本身。一些极端的意见甚至把美国近年的经济问题归咎于商学院,认为商学院培养出一些短视和不合群的毕业生。

在众多的批评者中,最激烈的首推加拿大麦基尔大学商学院的明兹伯格(H. Mintzberg)教授。他认为:“工商管理硕士课程训练出来的毕业生犹如雇佣兵,除了少数的例外,他们对任何行业或企业都没有任何承诺感。这些课程创造了一套错误的企业价值观。”明兹伯格对鼎鼎大名的哈佛商学院“纯”案例教学法的批评尤为猛烈,认为案例方法只训练人们对自己一无所知的事务罔加发言(见美国《MBA 通讯》,1993 年 11 月号)。此外,亦有批评者认为哈佛的案例教学法强调个人表现,不重视团队工作(Teamwork),其强迫评分法(每班低成绩的学生必须占 10%)助长了个人竞争而不是团队合作,因而导致企业不良的后果。

工商界与学术界人士认为,未来企业的主管应该是一个领袖而不仅是一个管理人,他们必须要有视野、有全球观、掌握信息并具有一定的科技知识,能在逆境中奋进,还必须要有道德观和优良的沟通能力。

工商管理硕士生近年受批评最多的一点,是其沟通能力。美国很多商学院招收硕士生时很重视 GMAT(Graduate Management Admission Test,管理研究生入学考试)得分,如平均分数高则有助院校 MBA 排名次序的提高。不少学者对此不表赞同。研究显示,GMAT 考试数理部分得分高者,不一定能应付商场上瞬息变化的情况,反而语言方面得分高者更能应付不确定或模糊的环境,后者对企业的成功更为重要。鉴于语言及沟通能力的重要性,GMAT 1994 年下半年的考试,除传统的数量及语言部分外,增加一部分撰写能力方面的测验,旨在评

定考生的创造力及综合信息的能力。显然,这是一项重要的发展。

此外,自 80 年代以来,评论者亦批评工商管理硕士的课程过于割裂,综合性不足。美国 1988 年 AACSB(美国商学院评审机构)的报告书也强调要在这方面作出改善。

西方工商管理教育的革新

针对以上的批评,西方各著名商学院近年来进行了深刻的省思,并对 MBA 课程进行了一系列的革新。主要的革新大致有下列几项:

1. 按综合性(Integration)原则设计 MBA 课程,而不是按职能(Functions)独立分科讲授。印地安那大学商学院将课程重新组合,减少重复的地方,使教材更合逻辑性。据有关资料透露,哈佛大学商学院准备把 MBA 第一年的 11 门必修课程浓缩为 4 门综合性课程(见《MBA 通讯》,1993 年 11 月)。明尼苏达大学亦于 1993 年 9 月开始把 MBA 课程综合化,并分为三个核心:基础核心,职能核心和领导才能核心。

2. 重视合作精神。建立团队文化已成为各 MBA 课程的一个主流思想。印地安那大学要求学生分组,在课堂内外均进行合作。哈佛大学对一年级 MBA 的小组研究计划增加 25%,并规定团队合作的研究计划应达到一个最低数目。

3. 重视学生的“软性”技巧(Soft Skills)训练。美国若干大学已在精心设计一些课程,特别是行为科学学科方面的课程,以进行试验,例如透过学期研究计划、课堂报告、人际活动等方法,对领导才能的软性技巧进行训练。

4. 重视沟通技巧训练。美国的达兹茅斯(Dartmouth)大学杜克(Tuck)商学院及纽约大学,均聘有专职教授负责管理沟通技巧的讲授。

5. 课程的全球化。美国各商学院在负责审订素质的机构 AACSB 的指引下,已纷纷把各课程变得更为国际性、全球化。这趋势在 80 年代中已开始,欧洲的管理院校已走在前头。伦敦大学商学院与法国的一些著名管理学院,不论在课程上或学生的组成上均以国际性作标榜。

以上是几个当前 MBA 课程发展的大趋势。可以预见,今后工商管理硕士教育将更加向实用化、严谨化和合理化的方向发展。

对中国工商管理硕士教育的启示

处于起步阶段的中国工商管理硕士教育现在正在摸索教育模式、课程体系、培养方法等问题,同时面临着改革开放形势下对管理干部的巨大需求。

“百年大计,教育为本”。管理人才的培养是个长期的过程,当前制订的培养方针和计划,关系到参与21世纪国际范围竞争的管理人员的素质,将会直接影响中国经济的发展和国力的壮大。因此,我们要认真借鉴国际管理教育的经验教训,积极发展中国的MBA教育,作好充分准备来对待这场前所未有的机遇和挑战。

1. 中国MBA课程的国际化

随着信息时代的到来,工业企业和商业贸易的全球化已成为趋势。高级管理人才要具有最新的管理观念和广泛的知识、经验,掌握新的管理方法和信息,要有应变能力和创新组织能力,有与各国工商界人士交往的本领,以便在激烈多变的商业竞争中取胜。在中国改革开放和体制转换的过程中,许多旧的管理思想和方法已经不再适用。因此,MBA课程设置一定要迅速与国际接轨,把国际上最新的管理趋势介绍过来,同时要积极开展与国外管理学院合作办学、交换培养MBA研究生和教授互访等多种形式的活动。近年来已有多所国外的管理学院和著名的公司提出与中国联合培养MBA研究生,如新加坡国立大学管理学院就曾向中国国家教委提出与清华大学联合举办MBA课程的意向。这些都是促进中国MBA教育通向国际化的重要途径。

2. MBA课程的综合化

目前中国的MBA课程分为基础和专业两大部分。专业课基本上按管理职能分,如市场营销、生产管理、质量管理、财务管理、人力资源管理等。根据近年来的教学实践,学生反映课程间重复较多,但

又不能相互融通,不利于综合能力的培养。由于长期分科独立授课的影响,各门课都力争扩张范围、增加内容,因此课程的重组和综合,往往遇到很大的阻力。目前国内MBA试点院校的学位课和必修课加起来达18门,与当今国际上MBA的发展趋势有较大差距,其弊病已逐渐显露。因此,大力进行课程的重整和综合是目前刻不容缓的任务。

3. MBA的管理实践和论文训练

中国的管理教育有优良的理论联系实际的传统,产、官、学之间的联系密切。反映在MBA培养方案上,除了课程学习外,还有时间不少于三个月的实践环节,要求学生深入企业进行调查研究,为企业诊断和咨询,总结管理经验,寻找问题的症结,提出改进意见。这无论对训练学生在当今体制转轨的复杂经营环境下解决实际问题的综合能力,还是对加强学生的人际交往和协调能力都是大有裨益的。

此外,国内MBA学生在学习的最后阶段,必须提交一篇学位论文。论文选题在学生自己调查研究的基础上,紧密结合中国改革与建设的实际,根据企业及经济部门的需要来选择。从清华大学1991年、1992年试点的两届MBA学生的论文情况看来,通过半年以上的论文工作,学生运用所学知识综合解决管理中复杂问题的能力大大提高。

MBA学生的企业实习(或挂职锻炼)及论文工作是中国MBA试点的成功之处。它弥补了传统MBA课程团队精神差、沟通能力弱和综合能力不足的缺点,是MBA教学中不可缺少的一环,也是今后需要不断完善和发扬的部分。

(责任编辑 蔡德诚 王宏章)

科技动态

“CSC 电脑家庭教师”问世

[本刊讯]1994年12月4日,北京科利华电脑有限公司(CSC)推出的大型教育软件“CSC 电脑家庭教师”(初中版)通过了国家教委组织的鉴定。

这套软件是我国第一部大型多媒体教学与辅助学习软件(系统容量60M)。专家们认为,它在同类软件中居领先地位,对计算机的普及也有重大的推动作用。

初中版包括数学、物理、化学、语言、英文五门课程的全部内容,学生和家长可以在电脑上进行复习辅导、习题练习、自我测试、知识检索和模拟实验。同时,软件利用多媒体和各种巧妙的情景设计,通过文字、图形、动画和声音各种信息激发学生的学习兴趣和学习主动性。据介绍,北京市的几十位优秀教师参加了这套软件的研制开发,各课内容符合教学大纲,适用于家庭辅导学习。使用这套软件无需任何计算机知识准备。

为了确保软件的质量和可靠性,从1994年12月5~14日,科利华公司在北京军事博物馆展览大厅装备了500台微机,由首都万名初中生上机对软件进行测试和评估。这种做法被认为是软件测试上的一次创举。

“家用电脑热”纷纷扬扬,商场出售电脑,书店经营软件。然而,实际情况并不乐观。在硬件市场,国货遭遇到洋货的巨大冲击,形势严峻;软件市场,适合我国国情和实际需求的产品更是稀少。科利华公司正是看中了实用教育软件严重不足这个巨大的潜在市场,出资开发我国自己的教育软件。他们认为,教育软件产业是家用电脑市场的主心骨。在教育领域,我国计算机产业的根本出路在于打破软、硬件分割,产与销对立的格局,放弃封闭的、小农经济式的经营观念。为此,科利华提出成立“CSC 电脑家庭教师”市场代理协会的设想,以保护计算机教育产业的根本利益。他们尝试的是一条以软件为支柱,振兴我国计算机市场和民族计算机工业的路子。

然而,教育软件作为教育体系中的一个新成员,其地位和作用有待进一步的探索和界定。比如:“CSC 家庭电脑教师”和学校课堂教育应是怎样一种关系,它会不会变相增加学生的学习负担,它的内容如何适时更新并避免标准化测试的某些弊病,都是需要研究的问题。

科利华公司是我国目前最大的教育软件公司,先后开发了“CSC 校长办公系统”、“CSC 教育行政管理系统”等一系列软件。据悉,“CSC 电脑家庭教师”的高中版和小学版将于今年上半年完成。(本刊记者 孙立明)