

文章编号: 2095-1663(2011)01-0078-05

我国 MBA 教学方法改革趋势与对策分析

罗彪 张雁冰

(中国科学技术大学管理学院, 安徽 合肥 230026)

摘要:专业学位扩招给 MBA 教育发展带来新的机遇和挑战。本文通过对 MBA 项目外部环境的显著变化进行分析, 依据心理学关于情境认知的相关理论, 提出 MBA 教学改革模型, 并据此预测 MBA 教学方法改革的趋势, 提出我国现阶段 MBA 教学方法改革的对策。

关键词: MBA 教育; 教学方法; 商学院

中图分类号: G643.2

文献标识码: A

一、引言

随着国民经济和企业发展对应用型人才的需求日益增加, 我国的专业学位教育在近年间出现了跨越式发展。作为我国第一个专业学位项目, MBA 项目被誉为“商界领袖的摇篮”, 是培养现代化高层次管理人才的重要渠道, 为提升我国企业管理水平做出了重要贡献。二十年间, 我国设立 MBA 项目的院校已从开始的 9 所发展为现在的 236 所, 每年招收的学生超过 2 万名, 累计招生的人数超过 15 万, 毕业人数超过 8 万。在专业学位扩招的背景下, MBA 教育的发展也出现了培养院校增多、学员数

量增多、企业需求增多等“三多”现象。培养院校增多意味着更多缺乏培养经验的培养单位的出现; 学员数量增多, 对 MBA 教育提出了“量产”的难题; 企业面临日益复杂的外部环境, 需要“既专又通”的管理者, 这些因素都使 MBA 项目面临前所未有的挑战。

本文从企业、商学院、学员三个 MBA 项目参与者的主要变化为切入点, 分析 MBA 教学环境的变化, 总结近年来国外 MBA 教学方法的特点, 运用情景认知的视角解读这些变化, 对 MBA 教学方法的变革提出一些初步思考。

二、MBA 教学环境变化

MBA 教育的主体主要有 MBA 学员、商学院、企业。MBA 学员是 MBA 项目的主要参与者, 商学院是 MBA 项目主要提供者, 企业是 MBA 项目主要

雇主。学员多元化、商学院差异化、企业的复杂化及三者相互影响是 MBA 教学环境变化的主要因素。

(一) 学员多元化

收稿日期: 2010-12-28

作者简介: 罗彪(1978—), 男, 安徽亳州人, 中国科学技术大学 EMBA 中心副主任, 博士。

张雁冰(1987—), 女, 安徽亳州人, 中国科学技术大学管理学院硕士研究生。

基金项目: 全国工商管理教育指导委员会 2010 年教改项目“国内外 MBA 教学方法改革趋势与改革模式研究”阶段性成果。

© 1994-2011 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

地域性差异、年龄差异和收入差异是形成 MBA 学员多元化的主要因素。近年来, MBA 学员的低龄化、低成熟度、低收入群体越来越多, MBA 的个人素质和创新创业能力正大打折扣, 给 MBA 教学带来了挑战。此外, MBA 学员的学习动机也有很大不同。根据日本学者狩野的 KANO 模型, 笔者将 MBA 的学习动机分为三类: 补充知识、提升技能的需求属于基本需求; 依托学校品牌提升个人品牌、增加职场竞争的砝码, 获得更广的人脉资源符合学员的期望需求; 学习前后薪酬职位的提升、个性化培养方案的运用等和教学效果关联的内容, 构成了学员的兴奋需求。

(二) 商学院差异化

欧美 MBA 项目的设立主要有两种途径: 一种是依托商学院或者是管理学院建立的, 设立之初就有浓厚的学术气氛; 另一种是依托工业部门、商界经费建立的, 独立于商学院之外, 设立之初即与企业有密切的联系。这两种途径决定了不同性质的商学院之间具有天然的差异。但是, 商学院的天然差异不是不可逾越的鸿沟。当内部资源制约着 MBA 培养时, MBA 培养单位开始在外寻找合作伙伴, 增强自己的实力。依托商学院和管理学院建立的 MBA 项目开始更多倾听企业需求, 甚至让企业参与到教学中来; 而独立于商学院之外的 MBA 项目也积极建立自己的研究中心, 以增强自己的研究实力。

(三) 企业复杂化

随着企业规模的增大, 企业所处的经营环境日趋复杂; 企业对人才, 尤其是经营管理人才的需求门槛也越来越高。特别是大企业 MBA 毕业生的要求越来越高, 不仅要求学员掌握商业管理技巧、懂技术、善于分析数据达成管理目标的“硬能力”, 而且要求其具备一定的沟通能力、团队合作能力、人际关系拓展能力, 乃至契合公司文化及领导岗位“情商”要求的“软技巧”。同时, 作为 MBA 学员的主要雇主, 企业开始参与到商学院的招生录取和培养环节。在招生录取环节, 企业的管理者参与 MBA 学员的面试, 和商学院一起选拔学员; 在培养环节, 企业案例已经成为 MBA 教学案例; 企业的管理者经常到高校演讲或者被商学院聘为企业导师, 企业和商学院联合开办 MBA 项目以培训企业内部员工; 在 MBA 课堂外, 企业向商学院的 MBA 学员提供实习项目或实习岗位, 企业事实上已经在 MBA 教学中扮演了越来越重要的角色。

(四) 三种变化的相互影响

MBA 学员、商学院和企业三种因素的变化是互相影响, 共同作用的。我们可以描述这种交互关系如下图 1 所示:

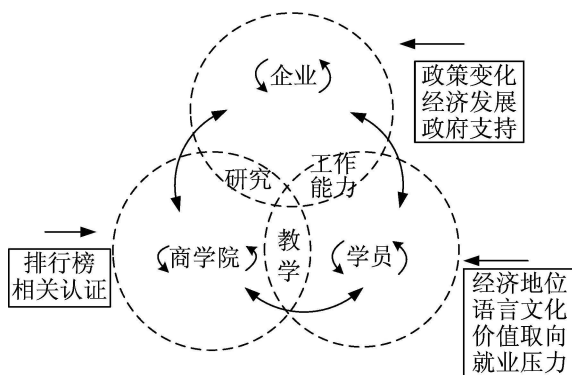


图 1 企业、商学院、学员三类因素在 MBA 教育发展中的相互影响机制

从上图我们可以看出, 把企业、商学院和 MBA 学员与外部环境形成一个完整的关系图, 三者的相互影响主要有以下三个特点:

1. 动态演进

企业、商学院、MBA 学员三者都是开放的、动态适应所处环境。每个因素是开放的, 与外部环境交互发生作用, 受外部环境制约, 同时, 随着环境的改变不断进行自我完善。企业发展在地域上经历了由国内到国外的发展, 在规模上从小企业到企业集团的过程。商学院也不断调整理论和实践的比例, 努力实现理实交融, 同时注重科学研究作用, 预测行业发展趋势, 致力满足企业和 MBA 学员未来需求。而不同的学员知识存量、对教学的接受程度、个人经历也是不断变化的。

2. 交叉影响

企业、商学院、MBA 学员三者存在交集, 相互影响。各个因素之间不是被动接受, 而是主动交互。商学院的科学研究引领企业的发展, 而企业不断向商学院提出新的要求, 研究成为两者联系的纽带; 企业要求学员兼具“软技巧”和“硬能力”, MBA 学员的工作能力同时影响和制约着企业的发展壮大, 工作能力成为二者联系的纽带。商学院完善自身的教学管理适应学员的需求。三者协同发展, 不断产生阶段性的平衡。

3. 螺旋变化

企业、商学院、MBA 学员三者与其他因素的平衡和动态协调是暂时的, 每个因素都会随着自身的

发展或外部社会环境的影响而暂时变化,进而导致系统新的不平衡,引起其他两个因素新的变化,从而实现动态滚动向前发展的趋势。

从以上分析,我们不难看出,学员、商学院、企业

三者的变化对商学院的 MBA 教育的“质”和“量”提出更多的要求。而对于 MBA 的培养,教学方法是其中重要一环,预测未来变革的趋势,对指导我国 MBA 教育,提高培养质量有积极的意义。

三、对国内 MBA 教学改革思考

经过近二十年的探索,我国 MBA 教育发展取得了一些成绩,已初步建立了符合我国国情的 MBA 教育体系,形成了自己的特色的培养方式。同时,我们也不能忽视,由于设立时间较晚,并受中国传统教育理念先入为主的影响,我国在 MBA 教育上存在很多先天不足的地方,而外部环境的急速变化也进一步向我们的 MBA 教育提出了挑战。因此,变革教学管理,与国际先进水平接轨是我国 MBA 教育发展的必然趋势。

通过总结国外 MBA 教育的教学创新,我们可以观察到,国外 MBA 教学理念日益呈现出多样化、合作化与国际化的趋势,在教学方法上日益重视沉浸式课程和自主学习。这种教与学的方法与传统的讲授——灌输式教学有很大差异,是一种基于“情境认知”视角的教育理论。传统教育方式满足于为 MBA 学员提供确定的显性知识,对学员个体是否理解知识、能运用知识关注不足。而“情境认知”是一种面向“参与者”的知识形成观,学员通过亲自探索和研究,用自己的眼光重新获得知识。

这种理论最早由英国哲学家波兰尼提出,他在其构建的“个人知识观”中指出任何知识的传播都与两种特性相关:一是个人隐性知识,二是个人求知热情。人在求知过程中可以通过“言传”获得的是可重复的“显性知识”;但尚有大量不可言传、不可复制的隐性知识不能通过讲解的方式传播,这些隐性知识只能在亲自经历、亲自体验、亲自发现、亲自研究的过程中“心领神会”。美国著名的哲学家、教育家杜威更进一步认为,知识学习只有通过学员亲自在不确定的情境中寻求某种确定性的结果,在不确定的、疑惑困顿的多种可能、多种选择的情境中学员亲自探究,形成属于自己的隐性知识系统,才能解决知识学习有效性的问题,并指出学习者在熟悉的情境中要比在不熟悉的情境下,更容易将新信息和技能与他们已知的内容联系起来。以培养应用型工商管理人才为目的的 MBA 教育,需要更准确地模拟这些情境化知识、隐性知识,才能满足学员学习的效度。

把外部环境的变化与教学方法的改革措施置于情境认知理论背景下,可构造如下图 2 所示的模型:

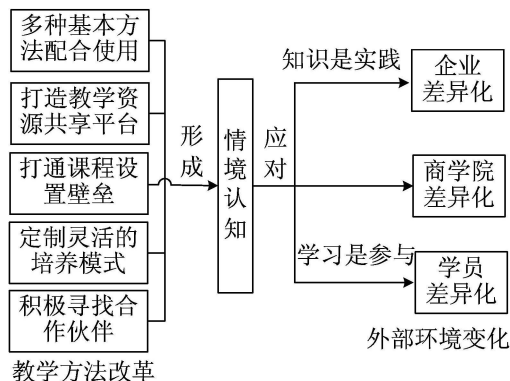


图 2 情境认知与 MBA 教学方法变化关系示意图

情景认知理论为满足学员多元化、商学院差异化、企业复杂化产生需求提供了可操作化的教学方法变革方向。因此,我们认为商学院可以从基本方法配合使用、打造教学资源共享平台、打通课程设置壁垒、定制灵活培养模式、以及优化具体方法五个方面入手进行教学方法探索,结合商学院实际形成特色 MBA 教育。

(一) 多种基本方法配合使用

重视基本教学方法要求按照教学方法的特性,合理组合基本教学方法,形成匹配性(Fitness)。除了传统的课堂讲授法和案例教学法,演讲、阅读、课堂练习、主题讲座、模拟练习、小组或个人的短期项目实践、资料调查、互动汇报、小组讨论、模拟教学都是常用的教学方法。基本教学方法的使用与课程性质相关,不同的课程可以使用不同的基本方法组合。

课堂内,通过案例教学法、讲授、学习小组讨论、多媒体仿真等方法,学员经历一个又一个“决策时刻”培养领导能力;课堂外,鼓励学生去补充他们在校内研究与校外学习经验,加深他们对商业事务理解和培养丰富的领导经验。通过课堂内外的变化实现多角度情境模拟,提高知识的“通透性”,使学员更容易获得知识、形成情境认知,进而丰富学员的隐性知识体验。

(二) 打造教学资源共享平台

商学院要实现教学资源的广泛共享。商学院在开办 MBA 教育的同时,往往还开办 MPA、MPM 等其他专业学位教育项目,这些专业学位课程体系各有侧重点,但也存在交叉和重合的部分。各专业学位点之间可共享案例库、精品课程、主题报告会、教室和各类多媒体电子资源,有条件的实现大学课程组,实现跨专业学科的交流整合,如在 MBA 中心与 MPM 中心间可建立“项目管理”课程组。

师资队伍建设是提高教学质量的关键。商学院需要坚持“以培养为主,引进为辅;以校内教师为骨干、企业讲师为补充”的理念,适当增加管理前沿讲座,积极丰富完善兼职教师队伍,共同建设结构合理、高水平和多层次的专业教师队伍。同时,需要指出的是,在商学院发展过程中,要合理配置与使用教师资源,不仅让教师能“生产”,还要提高教师“再生产”的动力,为教师提供多层次深造学习机会,合理安排教师科研与教学时间。

(三) 打通课程设置壁垒

在课程设置上,要更加注重课程的综合性、贯通性以及多学科、多领域的交叉渗透。综合性课程需要改变按学科职能讲授各种管理知识的传统做法,可改变为围绕某个专题,如“新兴市场的进入”,把不同的课程资源集中起来。通过组合战略管理、市场营销及经济法、公共管理相关课程,提供给学员“打包式”的全套定制化课程,实现课程优化的“点面结合”。这种课程安排,可使学生把握知识体系之间的复杂联系,培养多向思维能力和综合运用多学科知识解决问题的能力。同时,可以采取“模块化”的方式淡化必修课与选修课的界限,以短课程组合替代完整课程的开设。

(四) 定制灵活的培养模式

在培养模式上,可以在 MBA 培养方案的基础上,设立灵活的培养模式。除了传统的在职 MBA 项目、脱产 MBA 项目、月度集中 MBA 项目外,双学位 MBA 项目、预修 MBA 项目是一个重要的尝试方向。双学位 MBA 培养模式通过跨学院、跨学校的合作,如设置软件开发 MBA,可提升特定领域 MBA 人才培养的竞争力;预修 MBA 的设立可以巩固 MBA 的教学基础,让三年以下工作经验的学生提高学习 MBA 的效率。当然,这些创新型 MBA 学位的开展需要在 MBA 教育管理政策的指导下进行。同时,商学院可以提供的多样化培养方式满足企业

多样化的需求,定制课程、多层次的实践训练,可使 MBA 学员在复杂的商业环境中形成更具自信的决策能力。

(五) 积极寻找合作伙伴

商学院提供的 MBA 教育围绕院校核心特色展开,同时需要注重在各商业领域的多学科、多领域交叉渗透。有条件的商学院除了本身提供的选修课程外,还可以鼓励学员选修校内其他院系开设的选修课程,与其他院系形成合作关系,为 MBA 学员提供更多的选课机会和资源。

商学院在自身资源有限或面临资源拓展瓶颈时,积极寻找可用的教学合作伙伴,建立战略合作伙伴关系。商学院可以和企业、其他高校商学院、独立研究机构,建立合作伙伴关系;可以与国内一流商学院或国际一流商学院强强联合;在课堂上引入更多资深企业管理者充当客座讲师,在课堂外提供课外国际小组咨询项目、国际实习生计划等方式打造特色 MBA 项目。在立足自身特色的同时,在发展中形成新的特色。

除了以上教学方法层面上的改变,我们还应该明确商学院在 MBA 培养中的作用。

商学院可以通过改变教学方法适应企业需要,但商学院不能代替企业对人才的培养。商学院致力构建的浸入式(immersion)教学环境、多种教学方法、情境教学方式来模拟真实企业的实践,形成学员的隐性知识系统,进而形成其领导能力和决策能力。但企业自身是不断发展、不断遭遇挑战,给现在 MBA 学员形成未来适用的知识和能力,显然是有一定困难的。商学院不是万能人才培养基地,只能在管理专业人才培养中起到有限作用。合格的经理人需要商学院和企业一起培养,更重要的是在企业内部的培养、锻炼。

商学院可以积极探索如何变革教学方法以更好满足学员和企业需求,但商学院不能满足学员的所有需求。事实上,即使再完备的显性知识传播,依然受到学员自身知识系统导致的“过滤”(Filter)。处理好教学的普适性与特殊性,需要 MBA 培养单位引导学员树立正确的学习观,设计更新颖、更富实效的教学模式以吸引学员,满足普适性的需求。同时,也需要引导学员不断完善知识架构,促使其认识到学习效果差异性的天然存在。因此,从这个意义上看,MBA 教育的效果是商学院、企业、MBA 学员三者相互作用的结果。

参考文献:

- [1] 郑金洲. 教学方法应用指导[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2006. 23-49.
- [2] 章达友. MBA 教育质量控制研究[M]. 厦门: 厦门大学出版, 2002. 194.
- [3] 吴世农, 全允桓. 中国 MBA 教育的实践与探索[M]. 北京: 机械工业出版社, 2001. 17-204.
- [4] 亨利·明茨伯格. 管理者而非 MBA[M]. 北京: 机械工业出版社, 2005. 57-109.
- [5] 刘延平. 商学院与 MBA 教育[M]. 北京: 北京交通大学出版社, 2007. 49-88.
- [6] 张健儒. 如何构建 MBA 竞争优势——美洲、欧洲及亚洲比较[D]. 北京: 清华大学管理学院, 2005.
- [7] M. P. 德里斯科尔. 学习心理学——面向教学的取向(第三版)[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2005. 129-153.
- [8] 陈允成, 理查德·D·帕森斯, 斯蒂法尼·刘易斯·亨森, 德伯拉·萨多·布朗. 教育心理学实践者——研究者之路(亚洲版)[M]. 上海: 上海人民出版社, 2007. 89-225.
- [9] 哈佛大学商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.hbs.edu/>.
- [10] 沃顿商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.wharton.upenn.edu/>.
- [11] 毅伟商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.ivey.uwo.ca/>.
- [12] 欧洲工商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.insead.edu/>.
- [13] 耶鲁大学商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://mba.yale.edu/>.
- [14] MIT 斯隆商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://mitsloan.mit.edu/>.
- [15] 芝加哥大学商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.chicagobooth.edu/>.
- [16] 伦敦商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.london.edu/>.
- [17] 斯坦福大学商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.gsb.stanford.edu/>.
- [18] 西班牙 IESE 商学院网站[EB/OL]. [2010]. <http://www.iese.edu/en/>.

A Study of Reform Trends and Strategies of MBA Teaching Methods in China

LUO Biao, ZHANG Yarrbing

(University of Science and Technology of China, Hefei, Anhui 230016)

Abstract: Enlarged enrollment for professional degrees creates new opportunities as well as challenges for the development of MBA education. Through an analysis of the changes in the external environment of MBA programs and theories of situational cognition, a model is presented for the reform in MBA teaching, the forecast of trends in MBA teaching method transformation, and the strategy of MBA teaching method reform in China.

Key words: MBA education; teaching methods; business school

(上接第 6 页)

On Establishing Quality Assurance System of Graduate Education and Its Improvement

WANG Zhaijun

(Higher Education Evaluation Center, Ministry of Education, Beijing 100011)

Abstract: In China we have established a quality assurance system of graduate education in the past 30 years, which has led to graduate education improvement with quality assessment as its core contents. At this significant new beginning, we need to explore the quality assessment system focusing on graduate education improvement that adapts to the new times and create a good institutional and cultural environment.

Key words: graduate; quality assurance system; index