

“商学+”教育生态系统 培养数智时代领导者

——2023 浙大 MBA、EMBA、MPAcc 首场招生政策发布会举行

■ 李 黎 / 文

4 月 30 日下午,2022 年首场“浙派商学”系列公开课暨 2023 浙江大学 MBA/EMBA/MPAcc 招生政策发布会于西湖畔拉开帷幕。因疫情防控需要,活动采用线下+线上的方式开展,在“浙大 MBA”“浙大 EMBA 教育中心”官方视频号及腾讯新闻等媒体平台同步直播。近 4 小时的直播,全网约百万人次观看!主题分享、专题公开课、招生政策解读等环节依次呈现,让线上线下的观众一次听到过瘾!

发布会上,浙江大学管理学院院长魏江发表了题为《“商学+”教育生态系统 培养数智时代领导者》的主题演讲。魏江不断抛出一个又一个问题,引导和启发着观众们的思考。“剧变的世界对管理者提出了何种要求?”“能够引领中国发展健康力量的管理人应该具备什么样的特质?”“你到浙大来做什么?”“将来毕业后要做什么样的人?”……面对这些问题,浙大管院的课程将让你有全新的答案。

浙江大学管理学院院长助理王小毅教授带来了 2022 年首场“浙派商学”系列公开课——《从碎片经营到统一大市场:新时期如何把握企业营销转型趋势》,阐述了在当今时代,市场结构、供应链结构、产品和消费端的结构等要素对营销带来的改变,并为企业营销转型提供了思路。

浙江大学 MBA 教育中心主任杜健、EMBA 教育中心主任杜红及 MPAcc 项目学术主任董望分别为考生解读了浙江大学 MBA、EMBA、MPAcc 的招生政策,让考生更进一步地了解了 MBA、EMBA、MPAcc 项目的优势特色、培养方式及申请流程等。

魏江:“商学+”教育生态系统 培养数智时代领导者

面对复杂的经济形势,管理者应该怎样做?新时代的管理者具备什么样的素质?什么是“商学+”教育生态系统?到浙江大学读 MBA、EMBA、MPAcc 能为我带来什么?每一位想来浙大学习的考生,内心都有着不同的问题。魏江的主题演讲为考生们带来了启发。

▲培养引领中国发展的健康力量

毫无疑问,当前中国经济正面临前所未有的挑战。在过去十年,中国企业经历了高速发展,阿里、腾讯、华为纷纷抢占世界五百强前十的位置。但如今,阿里在美国纽交所跌去了 90% 的市值;华为一年之内营收降了 3600 亿,相当于跌去一个世界五百强企业的市值。今年以来,新冠疫情反复,俄乌战争爆发、中美关系愈加复杂,经济发展正面临着越来越深的寒冬。

在这样复杂的背景下,当代管理者应该怎样应对危机,把握机遇?浙江大学 MBA、EMBA、MPAcc 要培养什么样的人来应对挑战?对此,魏江再次重申了四年前曾旗帜鲜明提出的一个观点——“浙江大学管理学院培养的是引领中国发展的健康力量。”他表示,管理学院想培养的就是要改变企业、改变产业,进而去改变国家,改变世界的人。如何改变?需要管理者站在世界的前沿去看待未来的产业与社会。试想,当高铁速度达到每小时 5000 公里,会发生什么?人们下午在杭州听浙江大学管理学院的宣讲,晚上到纽约谈投资,第二天中午到伦敦吃饭,晚上到北京见朋友。产业边界、工作边界、企业边界、语言边界都将被打破,形成真正的地球村,国家成了政治意义,而不是经济意义。

未来,没有现成的管理理论告诉当代管理者该如何做,而唯一的答案便是创新。“你到浙大,正是为了让自己成为一个具有国际视野、创新能力、创业精神和社会责任的创新型、领导型人才,而不是所谓的有工作、能就业、能赚钱的人。”魏江说道,而这也是浙大 MBA、EMBA、MPAcc 项目人才培养的出发点。

▲新时代的管理人才画像

那么,这样的人才身上会具有何种特质?魏江进行了如下总结:

首先是新情景之前瞻能力。当前,我们正身处人、物理世界、智能机器、虚拟世界相互交织的四元空间,人机共存、人机共治、人机共生的世界应该怎么管理?“在变化的新社会、新情境、新产业里,具有前瞻能力,我们将至少能看到更远的五年或十年。”魏江院长介绍。为此,浙江大学 MBA、EMBA、



● 活动现场 吕寿承/摄

MPAcc 项目推出了 BEST、MSTAR 等一系列计划,回应时代的发展。

第二是新组织之创造能力。今天的管理者面对的是全新的管理世界,管理的对象除了传统的人类世界,还有智能机器世界、虚拟世界。管理客体可以是员工个体,也可以是群落、部落和生态。雇主雇员关系从雇佣变成了合作,共同在平台上创造价值。

今天的组织也已不是传统的科层组织。由于数字技术的日新月异,组织科层被打破。董事长、总裁不再是发号施令者,而是资源供给者和创业服务者。当个人变化、组织变化,个体与组织的关系发生变化时,管理方式必然改变,新的管理方式需要有思想、有创造力的入。

第三是新思维之可塑能力。今天的管理者正面临前所未有的复杂生态,阿里的组织体系究竟是怎样的?为什么头部网红的利润超过了 99.5% 的单个企业? 传统的管理理论将无法回答当今时代的一些现象,亟需管理者具备颠覆性的思维。

▲浙派商学,重构人才培养模式

今天,数字化能力的培养需要重构学院的人才培养模式。浙大方案如何重构? 魏江做了详细的介绍。

浙江大学是中国学科最齐全的大学,而且每个学科都是国内最好之一,浙大管院与人文学院、法学院、计算机学院、信电学院、农学院、医学院合作,让各学科在管理学院的平台上竞相迸发,思想充分融合,智慧不断涌现,希望通过“商学+”产生学科融合交叉,拆掉管理学院的“篱笆”。

在魏江看来,管理是思想,管理是领导者与创新者,当把管理学的理论与其他学科理论相结合,就能在企业的发展过程中看得更为通透。“当我们与浙大诸多优秀学科联手后,就能够产生和涌现类似浙大 MBA 改造后的一系列专业方向(TRACK),打造一系列适应时代需求的全新商学教育课程,让学生在未领域里成为领导者和引领者。”

基于学科融合的理念,五年前,管理学院发布了“商学+”教育新生态系统,打造“浙派商学”品牌,志在重构商学内核,引起了极大的反响。通过跨学科的组合,学院推出了 MSTEP、MSTAR 课程体系,其教学理念与教学方式让全国的商学院看到了未来和方向。

在浙江大学学习,就如同进入了学科海洋,站在讲台上或者路边遇到的骑自行车的人,那可能就是中国工程院院士,是世界著名的经济学家、管理学家、科学家。魏江鼓励学生们要带着谦卑的心态,去听自己听不懂的课程。他说:“我希望每一个专业方向、每一个项目的学生都能在浙江大学诸多优秀学科的课程体系里去学习、思考和深造,当你越是发现自己听不懂的时候,你成长得就越快,最后你走向社会,成为了英雄。”

与此同时,浙江大学管理学院还将“与

一流企业(企业家)同行”战略贯彻到底,让学生们将理论与实践充分融合。管理学院团结了浙江乃至全国最优秀的企业、企业家,与它们共同承担课程教学,让企业家的智慧与理论的智慧相结合,只有把实践和理论相结合才能真正看出实践的道道。

最后,魏江总结:“五年前,当我们提出‘商学+’的时候,虽然我的内心充满了希望,但是仍有不安与焦虑。五年过去了,走着,走着,似乎找到了意义,我们已经看到了前方那一束熹微,我们唯一能做的,是共同去增亮,在不惑之青春,携手走向山的另一边。”以此与现场观众共勉。

王小毅:新时期如何把握企业营销转型趋势

国家层面提出构建全国统一大市场,对当前企业营销有哪些启示与影响?在新背景下,企业又应当如何把握营销转型趋势? 浙江大学管理学院院长助理、数字营销专家王小毅教授带来了“浙派商学”系列首场公开课——《从碎片经营到统一大市场:新时期如何把握企业营销转型趋势》,为观众打开了思路。

“结构,可以说是经济增长的最重要的因素之一。一个企业的营销结构设计,直接决定了其营销能走多远。面对今天统一大市场的高质量发展要求,有哪些要素是实实在在会对我们的营销结构产生颠覆性改变?大致可以从三个维度来看这种结构性的变化:市场结构、供应链结构、产品与消费端的结构。”王小毅首先提出了他近年来所专注研究的以营销结构驱动企业增长的新理论。

▲构建统一大市场的前提:打破隔阂

从市场结构入手,王小毅引入了“隔阂”的概念,他表示:“在构建统一大市场之前,我们要打破许多的隔阂。”以世代隔阂为例,千禧一代和 Z 世代具有明显的区别:前者从线下迁移到线上,就像移民一样,看重线上的便捷、高效以及信息的分享;而 Z 世代出生的时候就在线上,他们是原住民,更追求体验、互动、有趣、好玩。根据世代的不同特质,营销的前提也全然不同。

如果说世代隔阂属于人文类隔阂,那么以胡焕庸线为代表的隔阂便是物理上的隔阂,他们更为隐蔽。胡焕庸线是由地理学家胡焕庸 1935 年提出的概念,北起瑯珕、南到腾冲的一条 45 度斜线,把中国一分为二。王小毅认为,胡焕庸线带来了多元市场的分割,进一步催生了多元渠道,从而匹配多元化的产品。

“区域市场多样化,使中国跨地区的商贸流通成本远胜于跨境商贸流通。”跨地区商贸流通成本在国内有更为通俗的说法:

“中间商差价”。中间环节的大量成本,使得国内的厂商不愿意在终端销售上做服务性的创新。这是物理隔阂带给营销的影响,也是构建全国统一大市场面临的一个现实问题。

▲统一与碎片相对立

中国企业往往使用渠道结构调整来试图得到最优的营销解,在这个过程中,产生了很多理念与方法机制上的创新。那么,渠道创新有没有规律可循呢?王小毅认为:“渠道发展总是在分散和集中之间来回震荡。”例如,在欧美上百年的渠道发展史上,渠道总是从分散的夫妻杂货店发展到集中的百货业态,再到分散的连锁业态和超市,再到集中的购物中心和量贩超市,再到分散的便利店专业店……周而复始。

在这样的规律下,王小毅指出了当今时代统一与碎片相对立的逻辑,由此带来正态分布市场和幂律分布市场两种市场类型。在统一市场下以正态分布律为主导,个体或团体只要得到市场准入就能获得平均利润。由于流量的随机分配,想要增加公司的整体收入,就要靠增加网点数量,而不是单兵作战能力;在碎片化市场下以幂律分布为主导,80% 的市场流量被 20% 的卖家拿走,典型代表是“头部商家”,网点数量将不再重要,而是比拼在细分市场中的领导力。

▲新消费背景下的产业链策略

在产业链的维度上,隔阂也同样存在,处于不同的产业链地位中,会有迥异的营销策略。王小毅解释说,最近市场上流行的网红品牌,大多是中间商转型做出来的。他们有资金、有渠道、懂市场、懂供应链,在此前提下,新产品的推出变得极其简单。“所以现在很多品牌的出现,并不完全是靠营销手段,而是站在产业链的发展格局上去做的。”

王小毅总结了在产业链维度的隔阂下,营销的四个不同的层面。在营销 1.0 时代,产品是最重要的;随着单纯的产品不能满足消费者的需要,围绕价值满足,营销进入了 2.0 时代,即定位时代,典型案例是用广告打动消费者;在营销 3.0 时代(价值驱动型营销),影响消费者则需要靠双方之间共同的价值满足,苹果公司便是典型的价值驱动型营销;在营销 4.0 时代(共创营销),消费者更强调参与到营销中去。数字化的发展使得共创方法也变得丰富多样,例如最近十年在欧美大热的 DTC(Direct To Customer,直连消费者)品牌,我国的新锐品牌、新国货背后也都有 DTC 的影子。

在数字时代,有哪些新的营销理论?“我们研究团队提出了全新的全链路品牌增长模型和品牌价值评估模型。摒弃过去很长一段时间占据主流的流量投放驱动和存量运营驱动思想,转而运用产业链全局化和全过程数字化的系统性方法,建立可以持续打破隔阂的新营销管理系统,数据驱动的,精益

化、精准化、自动化地进行产品价值设计、平台和渠道合作,场景化故事化互动设计,精准触达与触发、关系升级的统一市场运行体系。”王小毅最后总结道。

2023 浙江大学 MBA/EMBA/MPAcc 项目招生政策发布

▲浙江大学 MBA:基于“商学+”的课程体系

浙江大学 MBA 教育中心主任杜健发布了 2023 浙江大学 MBA 项目招生政策,就浙大 MBA 项目的培养理念、培养方式、六个专业选修方向、课程设计以及申请方式等做了详细介绍。她表示,浙江大学 MBA 项目拥有丰富的师资力量、浓厚的创新氛围以及学科交叉的综合优势。项目课程体系围绕“商学+”理念进行设计,通过强调通专并进的第一课堂、提供丰富的跨学科、跨行业的第二课堂、强调应用导向的产教融合实践的第三课堂,以及学贯中西的国际交流和联合培养的第四课堂,实现管理理论、科技洞见和人文精神的交叉整合,打造了一个全过程的“商学+”教育生态系统,让 MBA 的学生在学有所长和博采众长的平衡中构筑自己的优势。

▲浙江大学 EMBA:MSTAR 课程体系

浙江大学 EMBA 教育中心主任杜红发布了 2023 浙江大学 EMBA 项目招生政策,就 EMBA 的价值、招生情况、教学理念、培养方式以及报考录取规则等做了详细的介绍。他强调,我们现在处于百年未有的大变局中,唯有不断学习才能立于不败之地。首先,动荡本身并不可怕,可怕的是仍坚持原来的逻辑;其次,在快速变化的过程中,知识的折旧速度越来越快,我们只能不断地去学习。面对 EMBA 的学生,浙大希望通过改变他的思维方式,进而提升他的格局,这是浙大 EMBA 教育的出发点。基于“商学+”理念,EMBA 项目重塑了课程体系——MSTAR 课程体系,分别对应管理理论、科学思维、技术洞见、人文精神、伦理责任,以跨学科的综合培养模式,培养管理者的整合化思维方式,在面向未来的不确定性时代,成为真正具有战略领导力的企业家和管理者。

▲浙江大学 MPAcc:聚焦智能财务

浙江大学 MPAcc 项目学术主任董望从培养目标、项目特色、招生与人才培养三方面带来了 2023 浙江大学 MPAcc 项目项目介绍和招生政策。MPAcc 项目主要是聚焦于智能财务方向,在“商学+”教育生态系统中致力于培养在数字时代的会计领军人才和商业人才。项目有国际权威认证和一流的学科基础,致力于塑造“三位一体”的创新财务能力,科技赋能与智能创新相结合,理论与实践融合,与一流企业同行。