

MBA 学费浮动大 学生质疑定价机制

■ 石明磊 刘素宏

近日，北京交通大学学生反映该校 MBA(工商管理硕士)学费增幅幅度达数万元，没有统一的定价方式，损害了学生受公平教育的权利。

对此，记者调查北京 20 余所高校，发现不仅同一学校每年 MBA 学费差额可能达到数万元，不同学校的学费差额更大，低的 5 万元，最高的近 40 万元。

MBA 学费多变引学生不满

北京交通大学 2013 级 MBA 班学生庞铭(化名)称，她入学时 MBA 的学费是 10.2 万元，比 2012 年的 5.2 万元猛增了近一倍，而今年新生的学费又降到 8.2 万元。

庞铭称，2013 年学校涨价时向学生解释称，师资、课程等都有大幅度改善，而且其他高校也都在涨价，“但学习中没有感受到师资、课程较以往有什么变化。”而今年降价，也只是针对 2014 级新生，已读的学生不退还不补贴，这引起了很多同学的不满。

庞铭说，同学们多次找校方沟通。今年 7 月底，北交大经管学院院长张秋生回复 2013 级学生称，MBA 教育是一种商品，遵循市场经济的规律。为了提高毛利，2013 级相对 2012 级学费增长了约 40%至 75%，涨价后的价格依然是合理的。

声音 Voice

■ 徐冬青

据报道，最近有北京交通大学学生反映称，该校 MBA(工商管理硕士)的学费增幅幅度达数万元，没有统一的定价方式，损害了学生受公平教育的权利。

近些年，MBA 课程持续火爆，国内各大院校争相开设，形成了一种如火如荼的市场局面。从媒体报道内容来看，学费浮动和价格差距巨大是目前 MBA 学费问题的两大症结。价格的波动反映了 MBA 教育当前还处于一个培育和规范的成熟的发展阶段。价格波动的背后并不清楚办学成本是怎样计算出来的，而由于目前的工商管理硕士培养工作还处于一定程度上不透明和混乱状态，想攻读 MBA 的学生还基本上是从录取分数和学费的考量来进行选择，因此价格的波动自然对消费者产生较大的影响。同时，一些高校所谓“店大欺客”现象或心态的出现，也在意料之中。但长期这样下去，也不利于 MBA 教育的分析，逐步摸索出一套快速提高学徒管理、技术水平及整体素质的思路，大致从以下几个方面着手：

当然，学费的升降无定固然反映了办学市场一定程度的不稳定状态，而各个院校之间的



学生质疑 MBA 定价缺乏监督

针对庞铭反映的情况，记者调查北京 20 余家高校和商学院 MBA 班发现，不仅同一所学校每年的学费可能会不同，不同学校在同

一年中学费的定价也相差较大。

以在职 MBA 学费为例，北京大学为 25.8 万，清华大学 23.8 万元，人民大学 21.8 万元，北京师范大学 13.8 万元，而中国石油大学、北京物资学院等高校为 5 万元，而长江商学院



价格差异巨大这一现象，则更值得我们关注。一些人士认为，MBA 教育不属于正规教育，应该按照商品经济的原则，等价交换，愿买愿卖。但即使按照市场原则，也仍然需要有明确的价格标准，有透明的价格调整机制和规则。此外，各个院校的 MBA 项目一窝蜂地上马，也容易导致重复设置、恶性竞争、短期行为等问题。通过市场的自发调节，应该有效引导各个院校在 MBA 设置方面体现出各个大学的特色出来，这可能才是我们举办 MBA 的目的所在，而不是靠市场来解决收入问题，透明规范依旧是我们需要研究的问题，也是促使 MBA 教育规范

有序发展的基本保证。

应该说，对于高校开设 MBA 课程，自定价格，愿买愿卖，这原本无可厚非。但这中间，是否有个“度”的问题？特别是处于市场发育不成熟状态中的 MBA，是否存在办学信息特别是学费价格调整的透明度问题？而如何让不同院校的 MBA 办出自己的特色，避免造成同质化竞争的局面，也是需要认真研究的问题。

应该说，MBA 是一个高回报率的市场项目。然而，究竟 MBA 是富人集聚社会资本的社交场所，还是培育商业精英的教育机构？如何避免办学方向偏差，发挥 MBA 教育机构的

则高达 39.8 万元。

此外，在记者所统计的高校中，除清华大学 MBA 较去年 的 18.8 万元上涨 5 万元外，其余高校或降价一两万或保持不变。一些 MBA 学生对学校拥有过宽自主定价权的学费提出质疑，认为目前的学费定价方式没有统一标准，缺乏监督约束，损害到了学生公平受教育的权益。

“收费不同因名气师资显差异”

据北京一所高校 MBA 班招生老师介绍，MBA 班分类较多，包括全日制、在职班、国际班等，每种班型的收费不同，“这是因为每种班的授课方式、学历学位证书以及同班同学资历地位等不同。”

多名高校招生负责人称，各家高校收费不同，主要受学校名气、师资实力的影响，“MBA 招生跟市场行信息息息相关，各家定价高低都有自己的理由，经过合理的计算，并报教育、物价部门审批后执行，如果真是随意定个高价，学校还有可能面临有价无市、无生可招的尴尬局面。”

长江商学院相关老师称，MBA 学费的制定主要是自主定价，需要考虑课程、海外游学 的费用等，每年略有浮动是正常的。北京物资学院负责 MBA 招生的老师则表示，因为北京物资学院的 MBA 成立不久，尚处于试水阶段，所以学费相对来说较低。

■ 专家说法

“学费制定应引入同行评议”

教育学专家熊丙奇认为，应该区分两种 MBA 教育，一种是学历教育，即颁发教育部学历文凭，一种是非学历教育。

学历教育要由教育、财政、物价等部门来定价，而非学历教育可以由市场定价。学历教育要坚持教育的公益属性，否则就会出现类似文凭交易的不良现象。

教育专家储朝晖则认为，MBA 学费在一定范围内的差异、波动是正常的。但过度拉大差异，就会带来很多非理性因素，比如单纯看名气。应适当规范 MBA 定价，采取同行评议，通过 MBA 行业内部专业机构进行定价方面的软性制约。

■ 背景

“八项规定”影响 MBA 定价

一名高校招生处老师称，因前几年 MBA 班市场行情火爆，很多高校不断涨价，“但今年大多学校降价则是因为受到了八项规定等政策影响”。根据相关规定，领导干部参加高收费培训项目被严令禁止，非高收费培训也不得未经批准擅自参加。政府官员、国企负责人获取在职学位、参加 MBA、EMBA 等课程而产生的费用，须由个人承担。

禁读令冲击招生市场 EMBA 培训班 降价六成揽生意

■ 陈岩

受领导干部“禁读令”的影响，EMBA 招生市场秋风乍起，平添凉意。

记者采访中发现，目前一线商学院 EMBA 招生受影响并不明显，而那些打着名校 EMBA 旗号的各种总裁培训班、进修班则大幅降价以吸引生源。

“总裁班”降价逾六成

记者拿到的上海交大 EMBA 总裁班招生资料显示，该培训班去年学费 5.8 万/人，今年价格为 3.98 万/人。“现在报名的话，有学费优惠，个人实际只需缴 2.2 万元。”负责该项目南京地区招生的工作人员介绍。

“和前两年的火爆程度相比，今年的招生要困难一些。”有着 5 年左右 EMBA 招生经验的代理商袁进(化名)向记者指出，一方面 是供给增加，各家商学院开办的房地产 EMBA 班、医药 EMBA 班、影视传媒管理 EMBA 班等众多名目的培训班，纷纷加入“战场”；另一方面，由于中央下发禁止领导干部参加高收费培训项目的通知，造成生源有所减少。

今年 7 月 31 日，中央党的群众路线教育实践活动领导小组、中组部、教育部联合下发通知，严禁领导干部参加高收费的培训项目和各类名为学习提高、实为交友联谊的培训项目，已参加的要立即退出。同时，通知严禁各级各类干部教育培训机构和各高等学校举办允许领导干部参加的高收费培训项目，或委托其他社会机构举办各类领导干部培训班。

“正规军”收费小涨

值得一提的是，这里的“领导干部”指的是党政机关、国有企业、事业单位的领导干部。因此，该通知也被解读为政府官员和国企高管的“禁读令”。此前，有消息称今年秋季开学的一些商学院 EMBA 班中，出现官员和国企高管的退学潮。

但记者采访中了解到，目前一线商学院 EMBA 招生受“禁读令”影响尚不明显。从学费来看，中欧商学院 2014 级 EMBA 课程学费为 58.8 万元，长江商学院 2014 年学费标准为 68.8 万元，清华大学经济管理学院 的 EMBA 项目学费为 56 万元，北大光华管理学院 EMBA 费用为 62 万元。其中，长江和清华收费与去年持平，中欧和北大的 EMBA 学费则较 2013 年小幅上涨。

“这个可以理解。商学院 MBA、EMBA 招生计划需要监管部门的审批，所以招生人数有限制。加上名校的金字招牌，不愁招不满的情况。”袁进坦言，但一些打着名校 EMBA 旗号的短期培训班受到的冲击十分明显。

“我代理的 EMBA 培训班，就是针对短期学员的，灵活性比较大。”袁进进一步解释称，“现在政策不提倡参加高收费培训，企业主报名的积极性也受到影响。”

圈子效益或打折扣

记者注意到，不少商学院 EMBA 招生时都将“圈子”、“人脉”用作招生宣传。中欧商学院宣传时称，已培养了 12000 多名 MBA 及 EMBA 毕业生，他们组成了一张遍布世界各国、各个行业的政治、商业领袖的网络；长江商学院则以国内各界知名人士为亮点，如赵本山、马云、牛根生等。

前述上海交大 EMBA 总裁班的招生资料上，标榜自己最具中国本土政商特色——4000 名高层官员、1000 名企业家联盟，外企、大型国企、民企精英人才汇聚、交流对接。不过，“禁读令”之后，商学院利用“圈子”“人脉”的招生效益肯定会打个折扣。

导师带徒制度如何实施并速见成效的思考

■ 中建二局三公司 王清泉

青年是企业 发展重要的有形和无形资源，更是企业中促进安全生产和经营管理的一支生力军。唐山分公司始终坚持以“人”为本，努力做好人才培养工作。从几年的导师带徒制度在项目的落实情况 和实施结果的分析，逐步摸索出一套快速提高学徒管理、技术水平及整体素质的思路，大致从以下几个方面着手：

一、严选导师，建立导师库

对导师的选择是导师带徒制度中最为重要的一个环节，导师的人格魅力足以影响学徒的一生，唐山分公司以专业为单位，立足项目，通过项目推荐、主管领导审核，评选思想过硬、具有良好的职业道德、综合素质好的员工为导师，建立导师库。并对导师进行分类、分级管理，根据导师的学历、参加工作年限、业务能力及水平等，定为高级导师、中级导师、初级导师三种。如由初级导师带新入职员工，中级和高级导师带参加工作两年以上的后备人才，对青年后备人才进行阶梯式的培养和管理。每年年终由分公司主管领导给导师所带徒弟出题检测，由徒弟所得分数来确定导师的年终考核级别，考核级别和导师津贴挂钩。

二、严选学徒，建立后备人才花名册

1、对新入职员工，有针对性地结合员工个人特点，制定职业规划，配备相应级别的导师，由导师帮助徒弟更好更快的完成从学生到员工的角色转变。

2、唐山分公司选拔后备人才，主要分两个步骤。

第一步：由分公司制定评选办法和打分标准，再由项目班子对青年员工进行打分，分最高者直接进入分公司级后备人才库，其他人由项目班子集体协商确定项目后备人才花名册，报分公司、分公司跟踪了解，定向培养。进入分公司级后备人才库的青年员工重点培养，配备高级导师；项目后备人才库的青年员工配备中级导师。

第二步：分公司一年至少两次到项目上进行人力资源情况摸底，通过和项目班子成员沟通，了解青年员工的情况，还有针对性地召开青年员工座谈会，与青年员工面对面地交流。

通过以上两个步骤，选定工作表现良好、积极向上、有发展潜力的员工，制定分公司后备人才花名册，多方位、多层次的建立导师带徒，从而让导师带徒从机关到项目、从部门到科员，从项目的班子成员到项目的一般管理人员，搭建起一个层次分明、布局合理的导师带徒框架图。

三、实战导师带徒

经过导师甄选和学徒选定，如何把学徒尽快融入到企业文化中，完成很好的角色转换、快速成长，唐山分公司大胆的提出了成立项目二级模拟领导班子的创新培养人才机制并在石家庄项目实战，主要做法是综合考虑专业素养、管理能力、工作态度、上进心、发展潜力等各方面因素，由项目班子集体协商制定的后备人才中选出相对优秀的员工，任职“生产经理”、“项目总工”、“机电经理”、“商务经理”等，组成项目二级领导班子成员，二级班子成员不仅要在自己现有岗位上完成自己的工作，还要以主人翁的角色参与项目各项管理工作，如接下来要开展的砌筑、钢结构施工，采用什么样的方案、如何组织施工、劳动力如何投入、成本核算是多少等，均由二级领导班子成员自行研究确定一套方案，与项目一级班子的方案进行 PK。项目一级班子是二级班子的导师组，由导师组对学徒组，即二级模拟班子进行监督和调控。在实战过程中，二级班子成员提供的计划和方案更具有灵活性和创新，充分体现出年轻人头脑灵活、反应快的特点，但同时也存在着较多的问题，理想化、缺乏实践基础是二级领导班子成员制定的计划方案中的突出问题。项目一级领导班子成员在详细的 研究讨论后，将计划、方案中的不足之处逐一进行了讲解，同时听取二级领导班子成员的意见和建议，对计划、方案进行了修改。并确定在以后的施工过程中，优先采用新的方案和计划，在实践中检验其是否

具有指导性和可操作性。

通过这个项目的模拟二套班子的实战演练，项目上涌现出一批能挑重担、勇于创新，敢于实践的青年员工，现共有 7 人担任了新接 2 个项目的班子成员。

唐山分公司巴黎河谷项目也初步尝试了实战演练式的导师带徒制，项目上的商务经理(导师)与项目后备人才(学徒)预算员在工作中，分别核算同一栋楼，待核算完毕，将两种算法互相比较，互取优点及长处，择优出一套比较完整的方案，这种做法极大地促进了徒弟在高一级的平台上锻炼，也激发了徒弟的工作热情和积极性，从不敢去做，到把自己的一些有创新的想法融入到工作当中去，徒弟的工作素质成长得很快。

在此模拟演练的过程也是导师和学徒互相学习的一个平台，导师从学生的身上学到创新和灵活，不拘于固化，学生从导师身上学到经验、工作态度，项目形成人人皆导师，人人皆学徒的良好风尚，也得到了收心留人的好效果。

唐山分公司机关也大胆起用年青员工担任部门重要岗位，2013 年共有 2 名年青员工进入机关，担任部门副职，并配备分公司班子成员作为导师，原则是大胆地放担子给年青人，让年青员工有一定施展自己才华的空间，但同时在大方向上实施监督和调控。

四、和谐导师带徒

唐山分公司在落实导师带徒制度的同时，也将项目文化融入到带徒制度中，唐山分公司项目纷纷开展多种形式的优秀员工评比活动，其中石家庄项目的评比活动独具特色，项目每一季度开展一次优秀员工评比，评比活动多层次、覆盖面广，名额不限一名，如最敬业员工、沟通最顺畅员工、金点子员工、好管家员工等，评比结果有的是导师当选，有的是学徒当选，形成了比学赶超、互相学习的良好氛围。

导师带徒制不光拘泥于工作内容上，在项目工作之余，导师和学徒也是亦师亦友的关系，多沟通、勤交流，增进彼此感情，导师对徒弟能更好地融入新的工作团体起了很重要

的作用。唐山分公司在落实公司下达的《谈话交流制度》中规定的每一季度至少交流一次，加大导师和学徒之间的交流频率，要求一个月至少一次；从分公司到项目上摸底调研中反馈信息，导师和学徒之间的交流效果不错。

五、人文导师带徒

加强导师和学徒之间的情感交流也是导师带徒必不可少的。俗话说“一日为师，终身为父”，老师对于一个人一生的影响是巨大的。在现在日益显得有点浮躁的社会里，尊师重教显得尤为重要，它也是增强项目凝聚力的 一剂良药，企业文化的奠基石。唐山分公司力争打造尊师重教的氛围，加大宣传力度，于 2013 年 9 月在巴黎河谷项目上举办了一次“感恩导师，喜迎中秋”的青年员工座谈会，在座谈会上学徒向导师递上一杯辛苦茶，写了一封感谢信，信中提到“任何可以为师的人对我们的帮助都是非常巨大的，只有他们无私的教导才能让我们不断进步，尊师重道在现在依然是很重要的，我要说：一日为师，终身为师”。

从项目上的初步尝试到欣喜地初见效果，唐山分公司从中总结出为了更快地把年青人培养成为全面人才或班子人才，导师带徒中每一环节都必不可少，都要引起足够的重视，如导师的甄选、严格选拔后备人才及和谐的项目团队等，还要给予青年员工一个实战锻炼的平台，让年青人站在更高的位置系统地看待问题或进行项目管理，这样才能成长更快更好。

在模拟实战中，二级模拟班子成员还有点畏手畏脚，不能彻底把自己的真实想法通过实战表现出来，所以导致如考虑问题不深入、理想化、缺乏实践基础；项目班子成员对二级模拟班子成员应采取一对一的导师带徒制，增强沟通交流和指导，使二级模拟班子成员在模拟中少走弯路，增加实效，增加自信心。在接下来的导师带徒工作中，唐山分公司还要大胆尝试，推广二套班子模拟实战导师带徒机制，在一些项目上做试点，通过反馈的信息及时完善机制，经过不断的循环实践，将青年员工培养真真正正地落到实处。