Internationalization of China's MBA Education: Global Vision and Insubstantial Action

--Empirical Studies of MBA Education in Mainland China

Shaozhuang Ma [1], Jie Liang [2]
[1] *Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China, 510420*
[2] *Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China, 510420*
Email: ma.shaozhuang@gmail.com, liangjie@mail.gdufs.edu.cn

Abstract: The paper presents an overview of the internationalization of MBA education in Mainland China. The study of 189 Chinese business schools finds that there is an apparent growing awareness and interest in providing international MBA education, but much more remains and needs to be done in order to translate the global vision into real internationalization commitments. Recommendations and suggestions on how to improve the internationalization level of Chinese MBA programs are then presented in the paper.

Keywords: MBA education, Internationalization, Chinese business school

使命与行动的差距

——中国 MBA 教育国际化的实证研究

马绍壮 [1]，梁　洁 [2]
[1] 广东外语外贸大学，广州，中国，510420
[2] 广东外语外贸大学，广州，中国，510420
Email: ma.shaozhuang@gmail.com, liangjie@mail.gdufs.edu.cn

摘　要：本文探讨了中国大陆 MBA 教育国际化的现状。文中针对中国 189 所开设 MBA 教育商学院所做的研究表明尽管商学院对 MBA 教育的国际化有强烈的意识，但要实现将全球化愿景转化为真正的国际化承诺与行动，则任重而道远。本文最后为如何提升中国 MBA 教育的国际化水平提出了意见与建议。

关键词：中国 MBA 教育；中国商学院；国际化；

1 引言

1.1 中国 MBA 教育的发展

因应中国改革开放和经济发展的需要，中国教育部门在 1991 年授权 9 所大学开设 MBA 项目。在随后的 10 年中，中国 MBA 教育经历了循序渐进的发展历程，而最近 10 年则发展迅猛。迄今为止，全国开办 MBA 项目的院校已由最初的 9 所增至 189 所(图一)。其中包括 1994 年成立的中欧国际工商学院，1997 年获批开办的中外合作北大国际 MBA，2002 年开办的长江商学院；1997 年获批的中山大学管理学院和岭南学院 2 个 MBA 项目；上海交通大学下属的安泰经济与管理学院以及 2009 年新成立的金融学院开设的 MBA 项目。

随着开办 MBA 教育院校的增加，MBA 学生数量也日益攀升。根据全国工商管理硕士（MBA）教育指导委员会的统计，1991 年全国仅有 94 名 MBA 学生，而 2008 年，这一数据已上升至 25750 人。截至 2009 年，全国共有 233000 名 MBA 学生（包括 EMBA 学生），其中 136000 名以学成毕业。

然而，与世界上其他国家的商科教育相比，中国的 MBA 教育依然有很大的发展空间。例如，印度的 1,550 所商学院每年培养出 100,000 名管理人才；而在美国，超过 1,200 所经认可的院校每年授予 100,000 多人商科硕士学位[1]。随着中国对管理人才的需求日益旺盛，中国 MBA 教育潜力巨大。

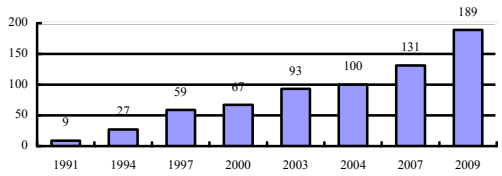

Figure 1. No. of MBA Providers in Mainland China
图 1：中国 MBA 院校数量

1.2 中国全球化人才的短缺

拥有 13 亿人口的中国却面临人力资源短缺，这一自相矛盾的问题引起了企业界人士与学者们的广泛关注。麦肯锡驻中国上海分部总经理安德鲁·格兰特曾说："我们认为，世界级人才的短缺将是今后我们面临的一大难题"(《国际先驱论坛报》2006 年 4 月 25 日)，而管理精英更是奇缺。 越来越多的事实表明，中国合格的管理人才供不应求[2]。根据麦肯锡全球研究院的一份研究报告估计，未来 10 年间，中国需要 75,000 能在全球化环境下高效工作的管理精英。而目前中国仅有 3000-5000 名经理或管理者符合这一标准[3]。这份报告还显示，仅有极小一部分高校学生能符合"全球化准备（global preparedness）"的基本要求。

近年来，中国企业"走出去"的战略使得他们与跨国公司争抢中国为数不多的国际化人才，更使得管理人才短缺问题迫在眉睫。麦肯锡最近在中国企业中展开的一项调查显示，44%的受访者认为管理人才的短缺是中国企业开拓海外业务的一大障碍[4]。因此，在全球化的今天，优秀的商学院应当将重点转向满足国际需求，而不是仅着眼于国内，固步自封[5]。

商业与管理的教育必须接受全球化带来的挑战，培养出能胜任具有全球竞争性的国际化管理人才。在这一背景下，我们应重新审视与解读中国 MBA 教育的使命。本文旨在探讨中国 MBA 教育的国际化水平，分析其面临的主要挑战，进而为加强中国 MBA 教育的国际化提出建议。本文探讨的研究问题如下：

1) 中国 MBA 教育的国际化水平如何？

2) 中国 MBA 教育国际化发展所面临的主要挑战有哪些？

3) 中国应当从哪些方面去推动 MBA 教育国际化的发展？

通过讨论以上问题，本文的研究有助于更好地了解中国大陆 MBA 教育国际化现状。此外，这项研究也深入探讨了如何加快中国MBA教育的国际化进程。本文的研究结果从某种程度还能反映了中国高等教育国际化的现状及其面临的挑战，进而为进一步探索中国高等教育的国际化提供启示。

接下来本文将从下列部分展开论述：文献综述、数据收集、调查结果、对策探讨及结语。

2 文献综述

2.1 定义

关于高等教育国际化的解释尚未有统一的说法。著名学者简·奈特（Jane Knight）强调高等教育国际化是一个国家对经济全球化的影响所做出的一种反应，但与此同时仍然应该尊重本国特性。换言之，国际化应尊重该国的个体差异。因此，民族特性与民族文化是高等教育国际化的关键。

奈特（1993，第 21 页）[6]将高等教育的国际化定义为"一个将国际化/跨文化特点融入到教育机构的教学、研究与服务职能中的过程"。鉴于必须站在国家、行业及组织的层面理解国际化，10 年后奈特[7]把高等教育的国际化重新定义为"一个将国际化、跨文化、全球化特点融入到高等教育的目标、功能及实施的过程"。在这一新定义中，"融入"意指将国际化与跨文化特点深入渗透到教育政策与教学计划的制定中，以确保国际化特色始终处于中心而并非边缘的地位。根据此定义，MBA 教育的国际化就可诠释为"一个将国际化、跨文化、全球化特点融入到 MBA 教育的目标、功能及实施的过程"。

2.2 国际化的关键因素

综合相关文献内容[8-10]，总结出 MBA 教育国际化的关键因素包括但不仅限于以下几方面：在使命和其他政策性文件中对国际化的认可、国际化的课程设置、学生及教职工的国际交流项目、留学生、教与学的过程、跨文化培训、海外工作或学习、合作研究项目、国际会议与论坛、国际合作、发表在国际性学术期刊的论文。本文重点探讨与中国 MBA 教育国际化密切相关的下列 6 个方面：（一）、使命与国际化目标；（二）、国际交流与合作；（三）、国际化课程设置；（四）、国际 MBA 项目（英文项目）；（五）、国际化师资；（六）、国际认证。

3 数据收集

MBA 教育是市场导向的硕士研究生教育，因此中

978-1-935068-35-8 © 2010 SciRes.

国各所商学院都尽量在互联网上公开相关信息，以期吸引更多生源，推广自己的品牌。故本调查的所有数据均来源于 2010 年 4-6 月的网站搜索。在 189 所商学院中，177 所商学院为自己的 MBA 教育项目设立了专门的网页，另外 12 所未设 MBA 教育独立网页的学校中，6 所院校的数据收集自其他来源（如大学的网站或 MBA 教育网站）。目前暂无另外 6 所商学院的数据。事实上，是否能在网站上提供充分的相关信息恰恰能反映出一个商学院对 MBA 教育投入以及其 MBA 教育质量。那些几乎提供不了信息的商学院往往是投入少或是较低端的 MBA 项目，根本无暇顾及国际化的发展。因此少数此类学院数据的缺失对本研究结果造成的影响微乎其微。

4 调查结果

此项调查结果来源于网络收集的 189 所商学院的相关信息。调查结果按以下分类进行统计：使命、国际合作、国际化的课程设置、国际 MBA 项目、国际化师资和国际认证。表 1 是此次调查的总体结果。如表中所示，中国商学院有强烈国际化意识，54%的商学院已将“国际化”作为其使命或培养目标的一部分。但在其他方面，情况却不尽如人意。换言之，国际化使命并没有转化为实质性的行动，很多情况下国际化成为空谈。

Table 1. Key Findings

表 1 ：调查结果的关键信息汇总

分类	商学院数量	所占比例(%)
使命		
包含“国际化”	102	54%
未包含“国际化”	58	31%
不详	29	15%
国际合作	80	42%
海外学生交换项目	31	16%
国际化课程设置		
国际化课程超过三门（包括三门）	42	22%
国际化课程少于三门	45	24%
无国际化课程	101	54%
国际 MBA 项目	20	11%
拥有留学生	16	9%
师资国际化	30	16%
国际资格认证	8	4%

4.1 使命与国际化培养目标

在 189 所提供 MBA 教育的商学院中，159 所学院有自己明确的使命或培养目标，另 30 所商学院没有在其网页或官方文件中提到使命或培养目标（含未能查到资料的商学院）。上述 159 所学院中，102 所商学院 (54%)在其培养方案或培养目标中明确提到了“国际化”，表明中国 MBA 教育界已充分认识到国际化的重要性。

有学者认为，国际化教育活动的目的可分为三个层次：意识、理解与技能[9]。例如，老师可以教会学生“意识”到跨文化交际中存在的问题；与此同时，老师也可以让学生“理解”为什么会有这样的问题，问题的源头在哪里；另外，老师还可以传授给学生必要的“技能”或能力，让学生顺利地进行跨文化交流。在 102 所提及“国际化”的商学院中，其使命里最频繁出现的词莫过于“全球视野”或“国际视野”。少数提到“全球化竞争力或技能”。不难发现，中国大部分提供 MBA 教育的机构只是单纯地将“全球化”或“国际化”的概念灌输给学生，提高了学生的意识，却缺乏采取实质行动。更有甚者只是徒有虚名地提个“全球化”的口号来标榜自己的教育水平。

通过对 100 多所商学院使命的进一步研究，还有两个发现。一是部分院校使命或培养目标中包含强烈的政治意识形态，或者说是社会主义色彩。在 159 所学院的 MBA 培养目标中，有 45 所出现了“社会主义”或“社会主义经济”等字眼。有两所学院提及“拥护中国共产党的领导”。如今的中国日益对外开放，努力融入国际社会，诸如此类对政治意识形态的过分强调，已与中国的开放程度和发展趋势不匹配。此外，渲染政治意识形态，会导致商业教育重点的偏离。另一个有意思的发现是，大部分使命都大同小异。这说明很多商学院的使命并非根据自身的特色和专长来确立，这实在有违商学院作为商学教育者的身份，更别提有近 30 所商学院竟然没有明确的使命和培养目标。

4.2 国际合作

此项调查中，80 所学院（42%）表示他们的 MBA 项目有国际合作。由于国际合作形式多样，难以评估，本研究着眼于调查这些院校为 MBA 学生提供的国际交换学习机会。

国际或海外交换生项目为学生提供国际化的体验，而且是反映国际合作的一个重要指标。在上述 80 所商学院中，仅有 31 所（16%）为 MBA 学生提供这

类机会。表 2 反映的是中国顶尖商学院为 MBA 学生提供的国际交流机会。其中清华大学经济管理学院有 100 名 MBA 的学生获得出国学习的机会。他们将在世界上 80 所著名的商学院进行学习，这其中包括美国耶鲁大学、斯坦福大学、加州大学洛杉矶分校、西北大学凯洛格商学院、法国巴黎 HEC 商学院、意大利博科尼大学、英国曼彻斯特大学、华威大学以及日本早稻田大学。

Table 2．Exchange Programs in Selected Schools

表 2：中国顶尖商学院国际交流生合作项目统计

院校名称	参与国际交换项目学生人数	合作院校数量
清华大学经济管理学院	100	80
复旦大学管理学院	50	40
中欧国际工商学院	n/a	40
北京大学光华管理学院	n/a	38
上海交大安泰经管学院	40	20
中山大学岭南学院	40	20
长江商学院	30	n/a
中山大学管理学院	26	15

许多商学院组织学生参加短期的海外游学，开阔和加深学生对世界的了解。例如广东外语外贸大学 MBA 教育中心向学生提供 2-3 周的海外实地考察机会，让学生去美国、印度与台湾的合作院校进行学习交流。学生们都非常珍惜此类海外学习机会。

一些商学院提供双学位课程。参加这一课程的学生在中国某一商学院完成部分学习，然后赴海外某一商学院完成剩余的学业。例如北大光华管理学院与来自 5 个不同国家（包括美国、加拿大、韩国、法国和新加坡）的 7 所高校合作，为 MBA 学生提供 7 个不同的双学位课程。选择这些课程的学生在北京大学完成一年的学业后，出国完成另一年的学习。

4.3 课程设置的国际化

课程设置国际化是 MBA 教育国际化的重要组成部分。调查显示，88 所院校的 MBA 项目设有国际化相关课程。各商学院中最普遍的课程大多为功能性课程或“硬技能”课程，而开设“软技能”（如“跨文化交际”）课程的不多。如表 3 所示，46 所商学院的 MBA 项目开设了“国际金融”课程，30 所商学院开设“国际贸易”与“国际商务课程”。显而易见的是，只有少数 MBA 项目开设跨文化交际或是跨国经营管理类课程。由此可见，现有课程设置的国际化将重点放在功能性课程和传统课程上，而提升软技能与全球化技能的课程是课程设置中的薄弱环节。

不过令人欣慰的是，一些顶尖的商学院基于中国历史和商业环境开设了具有“中国特色”、“地方特点”的课程。典型的有：长江商学院在其 MBA 项目中专门推出“中国模块”,课程包括《中国企业全球化》，《新兴市场》，《中国资本市场》，《中国经济改革及其影响》，《中国企业联盟及合资》，《中国金融衍生品的理论与实践》，《中国企业财务管理》，《中国风险融资》。长江商学院更计划将“中国模块”作为独立的公开课程在世界范围内推广，吸引对中国市场感兴趣的全球商学院学生来到中国。这凸显了“中国特色”在 MBA 教育国际化中的重要作用。中国其他一些 MBA 国际化的领跑者也非常重视“中国特色”课程。中欧国际商学院开设了《融入世界的中国》、《中国人力资源》和“探索中国周”；清华大学经济管理学院开设了《中国制度环境与商法》、《中国商务环境概论》等。正如前文所说，民族特性是国际化的重要组成部分，而以上课程不仅能帮助国际学生更了解中国，还能使中国学生更好地理解和掌握中国的管理方式和中国在全球化中的作用。

Table 3 Most Popular International Courses

表 3。最常见课程汇总

课程名称	开设该课程的商学院数量
国际金融	46
国际贸易	30
国际商务	30
国际营销	26
跨文化交际或跨文化经营管理	19
国际法	17
跨国经营管理	16

4.4 国际 MBA 项目

鉴于大多数中国商学院的 MBA 项目都以中文授课。用英文授课的国际 MBA 项目是对 MBA 教育“国际化”的重要承诺与体现。然而 189 所商学院中，只有 20 所（11%）能提供用英语教学的国际 MBA（表 4）。此外，有 9 所商学院能用英语教授部分课程。无论对

978-1-935068-35-8 © 2010 SciRes.

学生还是老师来说，语言障碍限制了国际 MBA 项目的发展。大部分中国学生的英语水平不足以让他们“消化”全英授课的 MBA。而很多本土的商学教授也无法进行英语授课。

由于申请来中国就读 MBA 的留学生通常会全面评估所选院校的教育资源与质量，因而一所商学院的国际学生数量是衡量该学院国际化程度的重要指标。本文通过调查发现，只有 15 所（8%）商学院能吸引留学生前来就读 MBA 课程。随着中国经济的发展，越来越多的外国人对中国商业教育的兴趣日益浓厚，因为那会提高他们的竞争力，有助于他们在中国开拓事业。有些外企，例如日韩的公司，会派他们的员工来中国进修 MBA 课程，一方面增加他们的商务知识，另一方面增进他们对中国的了解，并期望他们与中国的同行建立起良好的关系。许多国际化的 MBA 教育在近几年的留学生申请人数不断上升。

Table 4 Enrollment for English Program in 2010

表 4. 2010 年国际 MBA 项目计划招生人数统计

序号	学院	招生数
1	广东外语外贸大学 MBA 教育中心	200
2	中欧国际工商学院	180
3	中山大学岭南学院（麻省理工斯隆管理学院合作 IMBA）	150
4	北京大学国家发展研究院	150
5	复旦管理学院（麻省理工斯隆管理学院合作 IMBA）	120
6	清华大学经济与管理学院(麻省理工斯隆管理学院合作 IMBA)	100
7	兰州大学管理学院	90
8	长江商学院	60
9	华东理工大学商学院	60
10	北京大学光华管理学院	60
11	厦门大学管理学院	60
12	中国人民大学商学院	50
13	大连理工大学管理学院	50
14	东华大学管理学院	50
15	中国农业大学经济与管理学院	40
16	上海交通大学安泰经济管理学院	40
17	华南理工大学	37
18	中山大学管理学院	35
19	浙江大学管理学院	25
20	上海交通大学金融学院	不详
	合计	1557

国际学生带来了多元化。而生源的多元化也为 MBA 教育营造了独特的跨文化学习氛围。在中欧国际工商学院的网页上有这样一段话：“在这种多文化背景下的经历和交流极大地开阔了学生的眼界，增加了彼此的了解和谅解，而了解和谅解在当今经济全球化形势下越来越具有重要的意义”。国际学生的加入的确为 MBA 的学生带来了国际化学习的体验，遗憾的是，并非每个国际 MBA 项目都能吸引留学生前来就读。各所商学院国际学生在 MBA 学生中所占的比例大相径庭。例如在清华大学和美国麻省理工斯隆管理学院合作的国际 MBA 项目中，50%是留学生。中欧国际工商学院 2009 年入学的 MBA 中 45%为海外学生。如今这些院校都对申请就读的研究生进行严格的筛选，以保持留学生人数与中国学生人数的平衡。表 5 给出的百分比为部分商学院国际学生人数在 MBA 学生总数中所占的比例。

Table 5. Percentage of International Students in Selected Business School

表 5. 部分院校留学生人数比例

学院名称	比例
清华大学经济管理学院(麻省理工斯隆管理学院合作 IMBA)	50%
中欧国际工商学院	45%
北京大学国家发展研究院（全职 MBA）	40%
长江商学院	30%
上海交通大学安泰经济管理学院（IMBA）	30%
中山大学岭南学院（麻省理工斯隆管理学院合作 IMBA）	15%
复旦大学管理学院（麻省理工斯隆管理学院合作 IMBA）	10%
北京大学光华管理学院	6%

*包括国际交换生

4.5 师资的国际化

优秀的教师队伍是商学院的重要资产。正是教师将精心设计的使命与课程设置转化成学生的全球化竞争力。我们可以从两个角度来审视师资的国际化。一是教师队伍中的外教比例，二是教师队伍中有过留学背景的中国教师。三十所（16%）商学院称其 MBA 教学中有外教参与。由于许多中国商业教授的英语水平不够高，所以很多英语授课的项目高度依赖外籍教授。例如北大国家发展研究院提供的全日制 MBA 教育中，70%-80%的课程是由外籍教师任教。中欧国际

工商学院的师资队伍中，超过 60%为外籍教师。这一比例尚不算高。上海某管理学院的国际 MBA 中，外教所占的比例高达 90%。

引入外籍教师所需应对的挑战主要是语言障碍和较高的成本。如果就读 MBA 的学生英语语言能力不强，那外籍教师则无用武之地。而许多院校由于所收学费较为低廉，故无法负担引入外籍教师所需的经费。

当然我们必须看到，许多中国顶尖的商学院正努力发展其拥有留学背景的国际化师资。例如清华经济与管理学院的 134 名全职教师中，80%曾去海外留学深造。复旦大学管理学院的网站信息透露，其 85%MBA 教师曾到海外留学深造或进修。而北大光华管理学院的老师中超过 60%已取得国际知名学府的博士学位。这些老师凭借其深厚的文化知识底蕴及对中国商界的深入了解，学贯中西，已成为中国 MBA 国际化师资的中坚力量。

4.6 国际认证

美国国际管理教育联合会（AACSB）、欧洲质量发展认证体系（EQUIS）和国际 MBA 协会（AMBA）并称为当今商业教育的最高国际资格认证机构。截止到此文撰稿，全国仅有 8 所商学院通过以上三所机构认证（详见表 6）。有了这些顶尖商学院一马当先，做出表率，更多中国商学院正迎头赶上。现今，至少有 5 所商学院正接受美国商学院协会的资格认证，且有为数不少的商学院正向欧洲质量发展认证体系和国际 MBA 协会申请认证。商学院积极争取国际资格认证的势头定将增加以学生为中心的意识，促进不断进步，提高透明度，加强具有责任心的领导力和全球化准备（global preparedness）[5]，从而达到商学教育国际化的标准。

Table 6. Accredited Business Schools in Mainland China

表 6。取得国际资格认证的商学院

商学院	认证机构
中欧国际工商学院	AACSB, EQUIS
北京大学国家发展研究院	AACSB, EQUIS, AMBA
清华大学经济管理学院	AACSB, EQUIS
上海交通大学安泰经济与管理学院	EQUIS, AMBA
复旦大学管理学院	AACSB, EQUIS
北京大学光华管理学院	EQUIS
浙江大学管理学院	AMBA
中山大学管理学院	AMBA

5 结论探讨

本文所作的研究结果表明，中国不同商学院 MBA 教育的国际化程度各不相同。本章节将重点探讨此研究结果，并为提升中国 MBA 教育的国际化提出建议。

总的来说，中国商学院为实现 MBA 教育国际化的做出了巨大的努力，但这些努力依然远远不能满足经济全球化对国际化管理人才的需求。这些管理人才必须能在全球化背景下思考和行动。本调查研究显示中国大陆 MBA 教育的国际化水平不高，不足以满足社会对国际化管理人才的需要。每年录取的近 26,000 个 MBA 学生中，仅有 1,500 人能参加 MBA 的英文项目。仅从这一数据便可见一斑。以英文为教育语言的印度每年能培养出 100,000MBA 毕业生，而中国的国际 MBA 人数仅为其 1.5%。这便足以解释为什么有 13 亿人口的大国却遭遇人才短缺的困境。在这个经济全球化的时代，要培养出足够的能满足劳动力市场需求的国际化管理人才，中国 MBA 教育任重而道远。基于前文的数据分析，作者认为中国 MBA 教育国际化应重视以下几方面。

（一）、化理念为行动 From Mission to Action

上文中提到，商学院的使命和培养目标已反映出各个院校强烈的国际化意识。而现实是，国际化使命与愿景并未在课程设置、师资国际化、国际合作等方面付诸实质性行动。同时，本研究还发现在某些情况下，政治意识形态阻碍了国际化进程。至此，我们强烈呼吁商业教育的国际化。更重要的是中国的商学院应当紧紧围绕使命，把国际化使命转化为实质性行动。

（二）、国际合作：由表面走向中心 From Superficial to Central

根据本次研究，许多所谓国际合作，大多如蜻蜓点水，无法为学生生成真正的价值。对于众多 MBA 课程来说，国际合作只是一项边缘化的活动，无法带来国际化学习的体验。国际合作理应为学生提供机会，与来自不同文化的师生进行互动交流，或是通过在海外合作院校学习或访问，获取真正的国际化体验。国际合作应触及学校生活的方方面面，促进师生的对外交流。因此，若想实现国际化，就应当把国际合作摆在教育过程的中心位置。

（三）、课程设置：思维全球化，教学本地化 Think Global, Teach Local

本文所作的研究表明，不到一半的商学院开设国际化相关的课程，不到四分之一的商学院所开设的国际化相关课程超过三门。且这些已开设的课程大多以

978-1-935068-35-8 © 2010 SciRes.

功能性课程为主，“软技能”方面的课程不多。研究还表明，有必要平衡全球需求与地方环境。全球化趋势要求课程设置增加强调全球化视角的课程，但与此同时，地方的具体情况也不容忽视。鉴于此，中国的商学院不仅要开设更多提升学生全球化技能与软技能的课程，以推动课程设置的国际化，同时也必须开设更多有关于中国社会方方面面的课程。

（四）、国际 MBA 项目发展：以我为主，推动发展 Growth of International MBA

前面的数据显示，我国英文项目的 MBA 学生人数约占当年录取总人数的 6%，而这个数字是印度每年 MBA 毕业人数的 1.5%，因此远远无法满足中国融入世界对国际化管理人才的需求。作为培养中高端管理人才的 MBA 教育理应承担起历史责任，培养出更多的国际化管理人才。而这一目标的实现离不开国际 MBA 项目的发展和壮大。国际 MBA 也为国际学生到中国学习中国的经济和管理提供了机会，是国际商业人士了解我国经济社会文化的重要窗口。国内外的经验表明，国际 MBA 项目既要通过国际合作，引进优质国际教育资源，同时更要坚持‘以我为主’的原则，以免成为国外学校的招生机构或者成为商学教育的‘OEM(代工)’机构。另外，作者建议国内领先的国际化 MBA 项目可以进行跨区域的‘帮扶’项目，对有志于国际化 MBA 教育的后来者提供师资培训的帮助。

（五）、师资国际化：平衡中外 Balance of Foreigner or Chinese

根据研究调查结果，仅有 16%的中国商学院引入外籍教师参与 MBA 教学。而在这 16%的学院中，一些国际化 MBA 项目的外籍教师比例高达 80%-90%。过多的引入外教授课已遭质疑。因为外籍教授往往缺乏对中国的了解，进而无法在授课时充分结合中国的本土实情。因此，在师资国际化方面应力求平衡中外教师数量。清华大学与复旦大学的经验表明，那些在中国土生土长又接受海外教育的教师是推动中国商学院走向国际化的一支生力军。因为他们的跨文化视角能让学生们领悟到什么是全球化竞争力和本土行之有效的管理之道。

（六）、国际认证：从地方卓越走向全球标准 From Local Excellence to Global Standard

毫无疑问，如今中国商业教育的国际化空前重要。然而，什么是 MBA 课程的国际化？以及怎样才能使 MBA 的教学国际化？仍然是引发争议的问题。国际资格认证机构提出的标准与原则为此提供了衡量标准。例如欧洲质量发展认证体系（EQUIS）的衡量标准之一就是国际化程度。这意味着，想获得 EQUIS 认证的学院必须接受 EQUIS 以世界顶尖国际教育机构通行的质量标准对其进行评估[11]。

美国商学院协会(AACSB)估计，全世界现有 12,000 所商学院，其中 10%的商学院已获得国际资格认证。但是，中国大陆仅有 3 所商学院获得 AACSB 的资格认证，只占开设 MBA 课程院校总数的不到 2%。加快中国商学院的国际认证势在必行。顶尖的中国商学院不应满足于地方卓越，而要努力使自身符合国际标准。

6 结语

本文研究和分析了中国 MBA 教育国际化的现状。由于研究所需数据的收集不完全，而且部分网络数据有一定的滞后性，所以据此对中国 MBA 教育国际化的现状下一个准确的结论也绝非易事。但笔者所收集到的数据总体上确实能说明中国 MBA 教育国际化的一些问题。尽管人们对 MBA 教育国际化有高度的认识，但只有十几个 MBA 项目能真正地达到国际化水准。笔者希望该项研究能提醒 MBA 教育机构关注国际化，并能采取实质行动，加快中国 MBA 教育的国际化进程。

References (参考文献)

[1] Gupta V., Gollakota K., Quality in Business Education: A Study of the Indian Context, in Business Education and Emerging Market Economies: Trends and Prospects Conference, 2003

[2] Ma S.Z., Trigo. V., Winning the War for Managerial Talent in China, The Chinese Economy, 2008, 41(3), P34-57

[3] Farrell, D., Grant, A., China’s Looming Talent Shortage, The McKinsey Quarterly, 2005, No. 4, P70-79

[4] Lane K., Pollner, F., How to Address China’s Growing Talent Shortage, The McKinsey Quarterly, 2008, No. 3, P33-40

[5] Sahay B.S., Thakur R.R., Excellence through Accreditation in Indian B-Schools, Global Journal of Flexible Systems Management, 2007, 8(4), P.9-16

[6] Knight, J., Internationalization: management strategies and issues, International Education Magazine, 1993, 9(6), P21-22

[7] Knight, J., Updating the Definition of Internationalization, Journal of International Higher Education, no.33, Fall 2003

[8] Chen Xuefei, Internationalization of Higher Education: The Trend for Next Century (Ed), Fuzhou: Fujian Education Press 2002
陈学飞（主编），高等教育国际化：跨世纪的大趋势，福州：福建教育出版社，2002

[9] Kwok C.Y., Arpan, J.S., A Comparison of International Business Education at U.S. and European Business Schools in the 1990s, Management International Review, 4th Quarter 1994, Vol.34, P357-379

[10] Q. Zha, Internationalization of Higher Education: towards a conceptual framework, 2003, Vol.1, P248-270, 2003

[11] J. Urgel, EQUIS accreditation: value and benefits for international business schools, Journal of Management Development, 2007, 26(1), P73-83