

近日,中欧国际工商学院EMBA班学员欧蓬在微博上爆料,“中欧EMBA的课上充满了歇斯底里和街头泼妇式的争吵”。剑指中欧金牌名师忻榕,称忻榕与学生发生对骂,甚至威胁校方要求罢课。针对“对骂门”事件,中欧方面回应说“不是事实”,欧蓬则坚称“保证真实性”,并用“皇帝的新装”典故暗讽中欧。针对近段时间不断出现的商学院负面消息,有专家呼吁尽快出台统一的行业标准,以实现商学院课程质量与天价学费的对应性。

中欧商学院“对骂门”真相扑朔迷离

院方称矛盾已解决 当事人否认

天价学费 被指滥竽充数

上月末,中欧国际工商学院(以下简称“中欧商学院”)2012届EMBA学员、尚德机构董事长“欧蓬”发了一条微博,引发广大舆论关注。微博称,“长江EMBA的课后充满了花絮和艳闻,中欧EMBA的课上充满了歇斯底里和街头泼妇式的争吵”。并对当代商学院教育中存在的“争吵、罢课、欺世盗名、小三”等问题表示困惑。

“中欧EMBA的学费是53.8万元,平均一天下来的课程是7000元。平心而论,这里的教授大多数是胜任的,但确实也有滥竽充数、以次充好的现象,用山寨咨询公司和二流大学的内容拼凑课程。”欧蓬表示,自己和其他同学一起,从北京乘坐高铁到中欧商学院上海校区去听忻榕教授的《组织行为学与领导力》必修课,却被忻榕以一些老套、过时的东西在课堂上拖沓、闲聊,而且许多课程内容“网上到处流传价值为零”。随后,有同学对忻榕提出质疑,“忻榕老师

冲上去训斥提出质疑的同学,随后发生争吵,争吵后威胁校方要罢课”。

“对骂门”说法 矛盾重重

“对骂门”事件并没有随着课堂的中止而平息,相反在网络上却愈演愈烈。

中欧商学院很快在学校官网上发布一条公告,称“最近我院EMBA课堂发生的一件事情受到了许多同学的关注。我们在此重申,中欧是一个严肃的教学研究机构,始终将教学质量看做学院的第一生命”。

与此同时,欧蓬也在网上连发多条微博,称自己不会因为维护母校名声而删除微博,并用“皇帝的新装”典故暗讽中欧商学院不敢直面“对骂门”事件。

事实真相到底是怎样的呢?对此,记者采访了事件当事人欧蓬,对方表示自己保证在微博所写内容的真实性,并再次强调,“我是真的认为中欧大多数教授都是优秀的,对于忻榕老师,我也只是质疑她的课程内容和学术水准”。

随后,记者又电话采访了中欧商学院市场公关

部负责人袁梅。对于欧蓬所提到的“对骂门”事件,袁梅予以否认,并称事件已经解决。当记者问及怎样解决时,袁梅没有正面回答,而是让记者将相关疑虑发到其个人邮箱,并说会把校方的解决结果回复给记者。

当记者再一次联系欧蓬时,欧蓬则否认事件已经得到解决,称校方并没有给自己一个说法。截至记者发稿前,尚未收到中欧商学院方面的回应。

专家呼吁出台 商学院定价标准

关于中欧商学院“对骂门”事件,记者总结了一下,目前网络上流传有两种主流的说法。

第一种,以网友“微剑”为代表,“很感慨,例如中欧商学院EMBA副主任赖卫东等中欧负责人始终回避课程质量问题,更不详细表述当时事情经过,而是一笔带过,难道这就是真正的中欧”?

第二种,以网友“张耀辉—从容中道”为代表,“用商学院的语境评价中欧:一、中欧是一个赚钱的

单位;二、中欧的价格是物有所值的;三、中欧偶尔也提供次品甚至废品”。

然而,也有网友提出另外一种质疑:为何此事件闹得沸沸扬扬,却鲜见另一方当事人——忻榕教授出来做一下解释?

其实,早在“对骂门”事件之前,已有多起负面消息如“王石离婚传闻”、“女生送房卡传闻”等,让商学院一次次处在舆论的风口浪尖。对于此类事件,商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明表示,学生因不满老师课堂内容或课程安排而引发冲突,即使是在大学里,也是十分常见的,双方完全可以通过正常途径进行沟通解决;而商学院之所以学费如此之贵,是因为好的商学院太少,供不应求。

“应该有一个统一的行业标准,让商学院的课程质量与天价学费相对应。只有通过学生对课程及教授满意度的反馈,而不是商学院自己设立的教育反馈机制,才能实现双方问题的真正解决。”白明说。

本报记者 李立勋

对话PK台

中欧国际工商学院

◆ 学生对课程和教授的任何意见都会通过教学中心转到相关部门和学校管理层。

◆ 忻榕教授是在学生中评分相当高的教授,欧蓬来自人力资源咨询公司,对于忻榕所讲述的课程可能比较熟悉,但是全班同学的背景不同。

学生欧蓬

◆ 忻榕教授的课程内容老套、冗长、引发了学生不满,教授情绪失控。每天上高达7000多元的课是浪费时间。

◆ 课程还让咨询公司参与教学,隐含了过多商业化的元素,这让学生们很不满。

◆ 中欧的教授大多数是胜任且优秀的。

◆ 校方需要解释下忻榕老师这么安排课程的合理性。

决胜新教育专栏

没有战略目标的教育都是盲动的

阎登峰

做竞争环境如此激烈的中国孩子的父母,可能是世界上挑战最大的事。无论是在学校还是在社会,并没有人教我们如何做父母。于是我们和其他父母一样,让孩子上补习班、奥数班、衔接班、钢琴课、进合唱团、打高尔夫、海外游学、做公益……每天把自己和孩子都埋在各种培训课程中。

A先生就是这样的父亲,他满怀期望地带着自己13岁的孩子来找决胜新教育公司做潜力评估。我的答复是:“让孩子上麻省理工学院没有希望。”孩子很出色,但教育方法不对,缺乏战略。我解释说孩子成长和参与社会竞争的过程和企业成长和参与商业竞争本质上是一致的。一个涉足多领域,并且各领域



作者:

■ 中国教育服务中心执行总裁
■ 2000年毕业于北京大学
■ 全球首次将企业间竞争的战略咨询应用于个人竞争领域,帮助数千名中国青少年进入美国名校

都做得还算可以的公司,会是个值得投资的好公司吗?很明显,投资人更喜欢选择业务明确、在各自领域里独占鳌头的公司。当年在韦尔奇接任CEO之后,通用公司把不可能做到数一数二的业务全卖掉了。

如何从战略上寻找孩

子和同龄人的差异,形成独特定位,并且围绕定位进行取舍和聚焦,是家长们亟须了解的。

我和孩子交流过后,发现他对参加机器人比赛特别有热情并且很怀念服务残疾人的义工经历。“带领一个跨文化的科学家团队通过机器人设计让残疾

人生活得更美好。”我指导孩子完成了一份他自己18岁时假想的“简历”,也就是一份战略路线图,未来的五年要聚焦到时间、精力和教育预算,执行好此战略。然后在18岁的时候申请麻省理工学院。

同样的孩子未来的结果可能完全不同。有战略

的孩子通过差异化、定位、取舍、聚焦等战略方法论让成长过程中的每一分钟都和战略目标紧密关联,最终形成强大的实力和说服力,成为一颗闪闪发亮的珍珠,为世人瞩目,最后即使不一定被MIT录取,也会打动全球其他顶级学校的录取委员会。

没有战略的孩子做了海量的执行,但参加的各种活动和培训之间却没有逻辑关联,没有形成核心竞争力,更无法用一句话清晰地描述自己和别人有什么区别,最终像沙子一样被埋没在世界某个不知名的角落。

中国教育之痛其实是中国企业之痛的重演。中国的企业擅长执行,所以我们有中国制造的美誉。但是我们没有战略,所以

苹果在全球挣大钱,而我们在做OEM,挣扎在生死边缘。中国的孩子擅长考试,所以我们参加了各种培训和比赛。但是我们没有战略:为什么上这个班、那个班?这些班对你未来在和全球几万个孩子竞争名校录取名额时脱颖而出是不是真的有帮助?这些课程是否能够帮助我们未来的职业生涯持续成功?

没有战略,就不会有清晰的目标,就不会有真正的优势,就不会有高效的执行。教育,需要从战略开始。先战略后执行,没有战略的执行都是盲动。当你开着车不顾孩子的抱怨送他到不同的地方参加各种培训的时候,是否想过,这其实可能是盲动。

韩玮/漫画