

К новому поколению MBA-программ

1. Введение

По всем признакам, MBA - образование в России приближается к предельным границам роста пути развития, выбранного двадцать лет назад. Это заметно по масштабному тиражированию почти одних и тех же образцов MBA – программ, по ложной демонстрации развития MBA в виде MBA - специализаций, по количеству претензий к MBA-образованию со стороны слушателей, по решительному омоложению слушательских аудиторий – все чаще их занимают вчерашние выпускники магистерских программ, движущиеся под девизом «до полной учености», по отсутствию ярких образцов нового подхода к высшей форме профессионального образования.

Однако, все это свидетельства приближения MBA - образования к границе исчерпанной ниши, после которой либо перерождение, либо смерть, что одно и то же. Речь идет о появлении признаков скорого появления нового поколения MBA - программ.

Известно, что слово «поколение» (генерация) звучит как радостными, так и печальными нотами. Первые происходят от надежды появления, действительно, нового. Вторые – от отмирания старого. То и другое – объективные грани развития.

В статье обсуждаются основные тенденции, которые подталкивают смену поколений MBA; признаки поколений MBA-программ; обстоятельства появления новых версий MBA - программ.

2. Основные тенденции в MBA-образовании

Заметных тенденций несколько.

1. Решительно сокращается длительность MBA – программ, роскошь которых готовы позволить себе слушатели (Рис. 1). И если современная программа не позволяет вырастить нужные компетенции хотя бы за полтора года, то она может быть востребована лишь при очень сильных преимуществах. Однако, известно, что на границе поколений сильных преимуществ почти ни у кого нет.

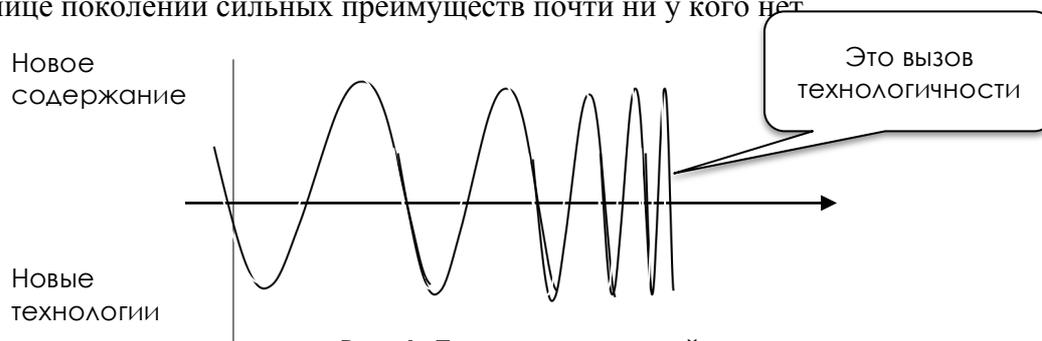


Рис. 1. Проявление первой тенденции

2. Усиливается требование наделять слушателей на выходе обучения новым управленческим опытом (Рис. 2). Дело не в практичности обучения. Опыт – это другое.

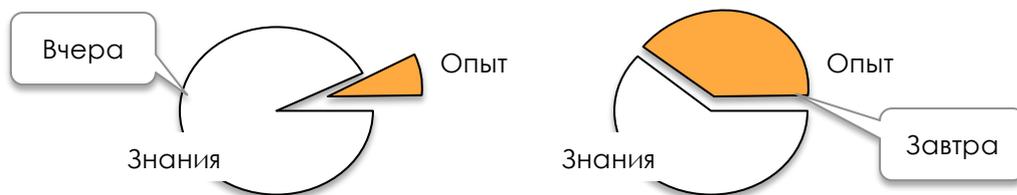


Рис. 2. Проявление второй тенденции

3. Возрастает спрос не на освоение способов поддержки функционирования, а на освоение способов управления развитием. В этом смысле «администрирование» как предикат «Master of Business» теряет смысл. Все больше менеджеры нуждаются в программе другого содержания, в освоении «Master of Business Development». С системной точки зрения это нужда не в управлении отрицательной обратной связью между результатами деятельности и целью, а положительной.
4. Усиливается спрос на тех, кто способен помочь в расширении личностных составляющих компетентности менеджеров. Показательный парафраз этой тенденции, который можно услышать от слушателей MBA – программ, примерно таков: «Не стоит учить нас считать – мы этому научимся и без вас. Научите нас понимать себя и управлять развитием своих собственных состояний». Дисциплинарная логика большинства MBA – программ этого не умеет.
5. Все меньше радуют примеры чужих успехов. Это означает, что поколению думающих менеджеров все меньше нравятся «таблетки» для бизнеса – им не верят. Слышатся голоса за другое – «объясните законы бизнеса!» [4].

Все это подталкивает генерацию новых MBA – программ.

3. Признаки поколений MBA-программ

У любых профессиональных образовательных программ есть несколько существенных отличительных признаков, которые в новом поколении должны преобразиться. Так же и у программ MBA.

Первый признак – особенности целеполагания. В прежнем поколении ставка делалась чаще всего на, так называемую, «Эго – идею». Формула ее цели такова: «Стань успешнее других!». Печальная практика одиноких лидеров показала, что в новой генерации нужно совсем другое. Нужна идея «Социальной перспективы» с формулой: «Сделай окружение счастливее».

Второй признак – особенности содержания. Уходящее поколение отличалось ЗУН – содержанием (Знания, Умения, Навыки). Было бы хорошо, если б народилось другое – содержание, например, ЗУВБ (Знания, Умения, Владение, Бытие). И если программы будущего не будут обращаться к области личностного бытия слушателей, то... им лучше бы не родиться. Кроме того, доля философских, этических и других вопросов о «тонком» в менеджменте должна существенно вырасти. Верным признаком рождения крепкого поколения будет то, что в нем станут осваиваться вопросы эстетики бизнеса. Ведь известно, что «не красивые самолеты не летают».

Третий признак – технологии. Следует ожидать таких перемен:

1. Образование выйдет из аудиторий и вместе с учебной и социальной средами шагнет в профессиональную [1];
2. Технологии будут настроены на то, чтобы освободить студентов от учителей и превратить их в самостоятельно познающих и образующихся субъектов;

3. Количество оргформ обучения (ради конкретных образовательных целей специально организованных целостностей андрагогических техник) в арсеналах бизнес-школ вырастет в несколько раз;
4. Образование освоит событийный подход к развитию компетентностей менеджеров;
5. Салонные модели обучения заменятся проблемно-ориентированными [3].

Четвертый признак – особенности ведущих. Профессиональное существование и развитие в среде новых поколений МВА – программ освоют люди (профессоры, тьюторы – возможны варианты) примерно со следующим набором свойств. Это будут практики (люди в деле); методисты (технологи); андрагоги (садовники); практические философы (мыслящие); и непременно жизнелюбы (радостные) – плачущие эрудированные критиканы все меньше помогают успеху.

4. О новых версиях МВА-программ

Федеральный закон, освободивший МВА – программы от государственной опеки, конечно же, поддал жару в топку их развития. Многие бизнес-школы серьезно задумались о перерождении. Многие, но не все – у брендовых школ есть надежда, что еще несколько лет можно пожить в защите исключений из закона. Но перемены не останавливаются федеральными законами.

В связи со всем этим несколько тезисов:

1. МВА – программ нового поколения еще нет;
2. Они появятся не скоро;
3. Поначалу их будет очень мало.

5. Заключение

Но так всюду. Т. Де Шарден писал почти об этом так [3]: сначала однородность, потом – отдельные изменения, затем – пробные нащупывания; дальше – экспансия, насыщение и снова однородность. «И нет ничего нового плод солнцем». Есть только активные субъекты, которые движутся в одну сторону со всеми – к «тонкому». Но движутся с разными скоростями. Тех, кто идет слишком медленно, отбрасывает на обочину эволюции. Остальные продолжают путь.

Возможности для перерождения есть. Этот путь видится 1) через проблемное обучение 2) через событийные формы обучения 3) через возрождение тьюторов 4) через обращение к тонкому в людях внутри и снаружи школы.

Литература

1. Протасова И.А., Теслинов А.Г. Расширение принципа «трех сред» в профессиональном обучении менеджера среднего звена //Успехи современного естествознания, №4, 2008. С 54-56.
2. Тейяр де Шарден П. Феномен человека. - М.: Наука, 1987. - 240с.
3. Теслинов А.Г. Российские игры Сарасвати // В мире денег. № 2 (26) февраль 2009. С.90-92
4. Теслинов А.Г. Бизнес-перемены: 9 законов и 70 уроков настройки вашего бизнеса. - М.: Эксмо, 2011. – 284 с.