

Магистерские программы по менеджменту в Европе:
богатство возможностей и разнообразие проблем

13-15 декабря в загородном кампусе Колбато под Барселоной известной испанской школы менеджмента EADA состоялась первая конференция EFMD (Европейского фонда развития менеджмента), посвященная проблематике развития до-опытных магистерских программ. Вообще-то конференция шла под заголовком “The MSc Lifecycle”, но, как будет ясно из дальнейшего изложения, прямой перевод здесь работает не очень хорошо и формула «до-опытные магистерские программы», пожалуй, наиболее точно передает содержание области, находившейся в фокусе внимания участников.

Создание еще одной дискуссионной площадки в рамках сети EFMD является естественным и закономерным элементом процесса, который мы наблюдаем уже не первый год и даже не первое десятилетие. Постепенно в орбиту EFMD попадают все новые и новые сферы менеджериального и бизнес-образования. Это и первое высшее образование по менеджменту (бакалаврские программы), и аспирантура (программы PhD), и корпоративные университеты, и программы дистанционного образования. Теперь очередь дошла до магистерских программ. При этом включение EFMD в активное обсуждение проблематики до-опытной магистратуры произошло с некоторым опозданием: последние годы отмечается бурный рост и числа таких программ, и их разнообразия. Не случайно поэтому, что именно конференция по магистерским программам оказалась самой большой по числу участников среди «специализированных» конференций EFMD – в Колбато собрались более 70 представителей школ бизнеса и менеджмента из более, чем 20 стран, включая и такие регионы за пределами Европы, как Египет, Гонконг, Канада и США.

Разграничение с MBA и деноминации

Содержательное обсуждение проблематики магистерских программ по менеджменту предполагает делимитацию границ данного сегмента со смежными продуктами в портфелях школ, такими как MBA, EMBA и другими. Это нужно также для решения таких практических задач, как обеспечение понятности и прозрачности предложения школ для рынков труда и образования; способствование обмену информацией и межорганизационному обучению; создание условий для нетворкинга и выбора партнеров для академического сотрудничества. Но сделать это, как показало обсуждение на конференции, не просто.

С одной стороны, существует принятое комитетом EQUAL деление магистерских программ на три типа: А, В и С.

К типу А относятся 1-3 летние до-опытные дженералистские программы, требующие 3 предшествующих лет высшего образования (имеется в виду трехлетний бакалавриат), но не требующие соответствующего профиля образования на бакалаврском уровне и готовящие выпускника к началу карьеры в бизнесе. Эти программы ведут к получению степени Master of Science (MSc) in Management.

К типу В по классификации EQUAL относятся специализированные до-опытные программы. Такие программы могут предъявлять к поступающим требование наличия у них соответствующей (профильной) бакалаврской степени. Для таких программ классификация EQUAL предусматривает две разновидности: т.н. “исследовательскую” (рассчитанную на подготовку выпускника к академической карьере) и “профессиональную” (рассчитанную на подготовку выпускника к карьере в бизнесе). Степени, присваиваемые выпускникам таких программ, по версии EQUAL должны называться Master in ... (область специализации) или MSc in ... (область специализации).

Наконец, к типу С относятся дженералистские, профессионально ориентированные программы, предполагающие зрелых слушателей в возрастном диапазоне 26-35 лет со значительным опытом работы, нацеленных на изменение/ускорение своей карьеры. Присваиваемая степень – MBA.

С другой стороны, есть традиционное разделение на Master of Science – степень присваиваемую в области естественных и инженерных наук, и Master of Art – степень в области общественных и поведенческих наук.

На практике же, все значительно сложнее и менее определено. Об этом говорил в своем выступлении на конференции один из директоров EPAS (Европейская система аккредитации программ по менеджменту) и профессор EBS (Германия) У.Хоммель.

Налицо тенденция активного роста специализированных программ MBA, вначале преимущественно отраслевых (туризм, гостиничный бизнес, авиаперевозки), но все больше и больше – имеющих функциональную специализацию (финансы, HR, маркетинг). Размываются различия между программами MBA и программами подготовки руководителей, не ведущими к получению академической степени. Школы все больше и больше снижают требования к предшествующему опыту работы, предъявляемые к поступающим в программы MBA. На рынке доминируют программы, ориентированные на смешанную аудиторию. Все это выводит программы MBA за пределы узко понимаемого типа С классификации EQUAL.

В то же время есть и программы, ведущие к получению степени MSc, но предполагающие у поступающих наличие практического опыта. Такие программы обычно ведутся подразделениями, занимающимися подготовкой руководителей (executive education). В этом случае, напротив, налицо движение от типов А и В к типу С.

Если соотносить программы до-опытной магистратуры с MBA, то первые, как полагают некоторые, уступают последним в развитии личностных (прежде всего – лидерских) качеств у слушателей. В докладе хозяев конференции из EADA предлагалась такая схема делимитации: MSc – личностные и межличностные навыки, MBA – организационные и лидерские навыки. В то же время, в докладе Дж.Марш из London Business School о до-опытной магистратуре, недавно запущенной в LBS, говорилось о развитии лидерских качеств студентов как об одном из приоритетов, правда, реализуется эта задача иначе, чем в пост-опытной магистратуре и авторы программы продолжают экспериментировать с соответствующим курсом.

Еще одно понимание отличия – в интеграции знаний и навыков, формируемых в различных курсах. В магистерских программах функция интеграции отводится, согласно этой модели, практике и небольшому числу т.н. «обобщающих» (capstone) курсов. В MBA и число интегративных курсов

должно быть больше, и роль их более значительна. Насколько это позволяет развести MBA и MSc? Вопрос представляется открытым.

Традиционный принцип разделения на MA и MSc в Европе фактически не работает. Есть магистерские программы по менеджменту, ведущие к получению и одной, и другой степени. В некоторых случаях бренды MA и MSc служат индикаторами типа университета (школы): исследовательские университеты присваивают степень MSc, а т.н. “обучающие” – MA. Если обе степени сосуществуют в рамках одного учебного заведения, то различие отражает диверсификацию портфеля программ в отношении академической глубины и строгости. Иногда программы, ведущие к степени MA, предлагают выпускникам “непрофильного” бакалавриата (т.е. бакалаврских программ не по бизнесу и менеджменту). Отметим, что в рейтинге 65 магистерских программ Financial Times 2010 года есть единственная программа, ведущая к присвоению степени MA, это программа Durham Business School из Великобритании (56 место в рейтинге).

Если же сравнивать частоту использования деноминаций Master in Management (иногда с уточняющими определениями) и MSc, то анализ того же рейтинга FT дает такие результаты: 54% - MSc, 42% - Master in Management.

Комитет GMAC, администрирующий проведение GMAT – самого массового типа вступительного экзамена в программы до-опытной магистратуры, обследовал портфели 413 европейских учебных заведений, включающие, в общей сложности, 2393 программы. Из них 1147 программ MSc in Management, 228 – MA in Management, 248 – Master in Management, 770 – других деноминаций, включая MBA и EMBA.

Подводя итог, можно отметить, что существующая классификация программ и присваиваемых степеней не обеспечивают в полной мере их четкой идентификации и разграничения. Представитель CEMS (Сообщества европейских школ менеджмента), продвигающего как раз единую платформу MSc (or Master) in Management, Ф.Коллен говорил о введении ясного разграничения с MBA, но следует признать, что это пока лишь стремление: цель еще не достигнута.

Рынок и позиционирование

По данным GMAC, 2010 год стал переломной точкой, когда число программ категории MSc in Management, использующих GMAT, превзошло в Европе число программ MBA, опирающихся на тот же входной тест. И, хотя число абитуриентов, сдающих свои результаты GMAT в до-опытные магистерские программы все еще на треть меньше тех, кто сдает их в MBA, тенденция сомнений не вызывает: рынок до-опытных магистерских программ в Европе за последние 5 лет растет быстрее, чем MBA.

Размытым оказывается вопрос о принципах позиционирования магистерских до-опытных программ в портфеле программных предложений европейских школ. Эти программы формируются не только в ответ на рыночные потребности, но, по мнению У.Хоммеля, и как результат исследовательской, или консалтинговой активности школ. Есть даже тенденция использования таких специализированных программ как способа демонстрации обществу развитых исследовательских компетенций школы в определенной области и привлечения талантливых молодых людей через подобные

программы затем в аспирантуру (программы PhD) и в академическую сферу деятельности.

В целом, складывается картина сильно диверсифицированного множества программ, описываемых общим наименованием «магистерские программы по менеджменту». Их разнообразие может быть описано в терминах следующих координат:

- До-опытные vs. требующие предшествующего опыта работы
- Профессиональные vs. исследовательские
- Для выпускников профильного vs. непрофильного бакалавриата
- Ориентированные на количественные методы vs. ориентированные на качественные методы
- Дженералистские vs. специализированные

Интересно, что даже последнее разделение, несмотря на его кажущуюся очевидность, проблематично и вызывает живые дискуссии. Обсуждается вопрос о том, а что такое специализированная программа? Это самостоятельная сущность, или трек в рамках дженералистской программы? (Отметим в скобках, что этот вопрос не чисто академический, а совершенно практический, возникающий, например, при подаче программ на аккредитацию). Элективных курсов в дженералистских программах, как правило, больше, чем в специализированных, которые характеризуются меньшей свободой выбора для студентов (“lock step”). По мнению проф. Х.Левеска из ESSEC Business School (Франция) есть преимущество в том, чтобы, как он выразился, «поместить всех студентов в одну коробку» и предоставить им право выбора индивидуальной траектории.

Что касается разграничения между количественно- и качественно-ориентированными программами, то здесь налицо интересные региональные различия. В то время, как в Северной Америке преобладают магистерские программы по менеджменту с ориентацией на количественные методы, в Европе – наоборот, доминируют программы с ориентацией на качественные методы. На Азиатском рынке – равновесие между двумя типами программ. Дело здесь, по-видимому, в том, что в Европе MSc/MA программы занимают часть рынка, которая в Америке и Азии по-прежнему принадлежит MBA.

Несмотря на то, что осуществление положений Болонской декларации в Европе во многом рассматривается как движение в сторону англо-саксонской образовательной модели, в реальности различия между Европой и Северной Америкой сохраняются и с введением на континенте системы 3+2. Анализ положения дел за океаном был предложен участникам конференции проф. В.Тейлором из Concordia University John Molson School of Business (Канада).

Различия проявляются, во-первых, в том, что, если в Европе программы первого и второго уровня высшего образования (бакалавриата и магистратуры) все-таки рассматриваются как единое целое и значительная доля студентов магистерских программ приходят в них из «своего» бакалавриата, в некоторых случаях без отдельных вступительных экзаменов, то в Северной Америке велико различие в статусе двух степеней. Студенты ориентированы на смену университета при переходе на следующую ступень. В качестве примера один яркий факт: среди 800 студентов программы Wharton MBA выпускники примерно 200 университетов, и только 50 из них закончили бакалавриат в Пенсильванском университете.

Второе сохраняющееся отличие англо-саксонской модели состоит в организации учебного процесса. Континентальная модель предполагает

большое число сравнительно коротких модулей (курсов) с высокой частотой контрольных мероприятий. Англо-саксонская – напротив, ориентирует на более длинные, изучаемые параллельно модули и низкую частоту контрольных мероприятий.

Программы магистратуры по менеджменту в Северной Америке растут, но несколько медленнее, чем MBA. По статистике членов AACSB число присуждаемых степеней сохраняется последние годы на уровне чуть ниже, чем 1:4 к MBA. Многие школы имеют такие программы в своем портфеле. При этом студенты таких программ несколько моложе, чем в MBA, имеют, что естественно, меньший опыт работы и среди них больше женщин.

При этом наши северо-американские коллеги значительно бережнее, чем европейцы, относятся к наследию, связанному с MBA. Если европейцы говорят о развитии программ магистратуры с энтузиазмом, даже при этом, что это происходит за счет сокращения MBA, американцы здесь значительно осторожнее. MBA по-прежнему – флагманский продукт в портфеле, и предложения по развития магистерских программ рассматриваются в том числе с точки зрения не нанесения ущерба MBA.

Эта тема получила развитие в выступлении на конференции Дж.Марш из London Business School, которая рассказала о создании в LBS до-опытной магистерской программы. С учетом роли MBA в LBS это было особенно интересно. Докладчик упоминала о двух ипостасях MBA в связи с до-опытной магистратурой. С одной стороны, MBA – это «большой брат», и весь дизайн новой программы постоянно соотносится с MBA, используются интеллектуальные ресурсы студентов MBA в летних консультационных проектах и системе наставничества. С другой – разработчики программы опасались (и опасаются до сих пор) того, что программа будет восприниматься как «разбавленная» версия MBA.

В программу принимают выпускников «непрофильных» бакалавриатов, не имеющих опыта работы (допускается опыт не более одного года). Сама Дж.Марш характеризовала программу как «программу для поэтов», имея в виду гуманитарное образование значительного числа ее абитуриентов и общий высокий уровень их амбиций. При этом программа строится как более технологическая (по сравнению с MBA), более практически ориентированная. Среди прочего, ставится задача, чтобы выпускники были самыми продвинутыми в своей будущей компании пользователями Excel. В ней приходится иначе, чем в MBA учить лидерству и вообще, всему, относимому к категории т.н. soft skills, поскольку у студентов отсутствует практический опыт и апеллировать к нему в учебном процессе нельзя. Продолжительность программы 11 месяцев, или три триместра. За это время должны быть освоены 10 основных дисциплин плюс элективы. Международная репутация LBS привлекает в программу большое число иностранцев: 105 студентов первого набора представляли 38 стран.

Наиболее интересный вопрос, возникающий при знакомстве с этой программой – зачем LBS это делает? Понятно, что аудитории этой программы и MBA не пересекаются, точнее эти же студенты могли бы прийти в MBA, но через несколько лет. Так что сугубо маркетинговая выгода такого хода ясна. Однако, представляется, что дело не только в этом. Фактор влияния школы в различных стратах общества трудно переоценить. А здесь речь идет о серьезном расширении такого влияния. При этом, заметим, что LBS вторгается на

территорию, на которой традиционно престижные позиции занимала другая лондонская школа – London School of Economics and Political Science (LSE).

Взгляд из России

Таковы основные тенденции развития до-опытных магистерских программ по менеджменту в Европе, отмеченные на конференции. Какое место занимает в этом отношении российская система управленческого образования? У нас есть основания и для некоторой удовлетворенности тем, что по ряду параметров мы движемся вровень с нашими западно-европейскими партнерами, и для некоторых озабоченностей тем, что какие-то вопросы, актуальные на Западе, у нас пока не ставятся.

Несомненным достижением последнего периода стала аккредитация российских программ магистерского уровня в EPAS. На момент написания этого материала таких программ две: в ИБДА (до-опытная магистерская программа) и ВШФМ (МВА). Ряд программ находятся в процессе аккредитации.

В составе консорциума CEMS есть российский участник – Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского университета.

Вводится в действие Государственный образовательный стандарт третьего поколения подготовки магистра по направлению «Менеджмент», представляющий собой существенный шаг вперед по сравнению со стандартом второго поколения.

Заметно расширяется предложение магистерских программ по менеджменту. Только в Высшей школе экономики ежегодный прием в программы этого типа превышает 200 человек.

В то же время большинство наших школ действуют в условиях административного разделения дополнительного образования (куда относится МВА) и магистерских до-опытных программ. Это может создавать иллюзию решения вопроса делимитации, о котором шла речь выше, административным путем. Но здесь есть и опасность, связанная с ограничением синергетических эффектов сосуществования программ различных типов, о которых мы знаем по опыту многих зарубежных и немногих российских школ.

С учетом того значения, которое в нашей стране имеет государственный образовательный стандарт, как представляется, существует риск того, что прописанные в нем позиции, будучи сами по себе прогрессивными, могут не в полной мере отразить то исключительное многообразие программ до-опытной магистратуры по менеджменту, которое складывается сейчас в Европе и, очевидно, будет распространяться и у нас.

Это относится к широте/глубине охвата в программе различных разделов менеджмента в зависимости от специализации программы. По данным анализа GMAC в специализированных магистерских программах по финансам и учету на эти разделы в среднем приходится 5 дисциплин из 7 курсов «ядра». В специализированных программах по маркетингу на «профиль» приходится 5 курсов из в среднем 8 «ядерных». Программы с профилем «менеджмент» и «международный бизнес» имеют более равномерное распределение дисциплин «ядра» по областям.

Это относится к таким аспектам, как необходимость наличия у поступающего в магистратуру по менеджменту знаний и компетенций в объеме бакалавриата по менеджменту (на Западе нет консенсуса по этому поводу), и,

соответственно формы проведения вступительных испытаний в программу: либо экзамен по менеджменту, проверяющий знания в этой области, либо тест типа GMAT, проверяющий способность к освоению программы. По данным GMAC число тестов, сдаваемых россиянами, увеличилось с 2006 по 2010 годы на 64% и составляет на сегодня более 2000 тестов в год. Однако почти все эти результаты предназначены зарубежным учебным заведениям (за исключением ВШМ СПбГУ), и имеют в виду преимущественно MBA, а не программы до-опытной магистратуры.

Это относится к требованиям к выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации). Представляется что программы (или треки) различной – профессиональной или исследовательской направленности, видимо, должны предъявлять различные требования к такой работе. Об этом свидетельствует и зарубежный опыт. Так, в известной испанской школе ESADE примерно 25% магистерских работ носят исследовательский характер (и соответственно оцениваются по критериям оценки научного исследования). 50% работ – проектные разработки в интересах конкретной компании, оцениваемые по критериям проектов реструктуризации и совершенствования менеджмента, и 25% работ – это проекты создания новых бизнесов, оцениваемые как инвестиционные бизнес-планы.

В настоящее время в НИУ ВШЭ завершается работа над оригинальным образовательным стандартом подготовки магистра менеджмента, ориентированным на использование в Вышке и ее филиалах. Мы выстраиваем его с учетом многообразия, диверсификации того образовательного продукта, который стандарт должен регламентировать.

В связи со значительным ростом числа программ обостряется проблема их маркетинга и относительных ролей брендов школы и программы. В Европе обнаруживаются самые различные ситуации, но, по мнению У.Хоммеля, есть тенденция к усилению роли бренда учебного заведения. В нашей же российской практике возникает еще одна особенность. В Европе название магистерской программы – это наименование степени, к получению которой она ведет. А у нас это, как правило, различные сущности. Поэтому возникает даже не два, а три объекта маркетингового продвижения: школа, степень (магистр менеджмента, мастер делового администрирования) и программа.