

DOBRE MBA ŁĄCZĄ TERAŹNIEJSZOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ

O tym, że dobre programy MBA są wynikiem tworzenia własnych, innowacyjnych ścieżek kształcenia, które uwzględniają najnowsze osiągnięcia i trendy we współczesnej gospodarce oraz bardzo lokalne aspekty, rozmawiamy z prof. dr. hab. Pawłem Czarneckim, rektorem Wyższej Szkoły Menedżerskiej w Warszawie.

❑ *Od jakiegoś czasu słyhać głosy, że tradycyjna formuła studiów MBA się wyczerpała, że nie spełniają one swojej funkcji we współczesnym świecie. Jakie mogą być powody takich opinii i czy ich autorzy rzeczywiście mają rację?*

❑ **PAWEŁ CZARNECKI:** Uważam, że opinie te w dużej mierze wzięły się stąd, że w przypadku metody tradycyjnej analizowanej w trakcie programu MBA studia przypadków, czyli tzw. *case studies*, dotyczyły głównie globalnych przedsiębiorstw i globalnej skali wykonywanych przez nie operacji. Tymczasem aktualne trendy rynkowe jednoznacznie wskazują na potrzebę pogłębionej analizy działalności biznesowej skoncentrowanej na skali lokalnej. Trudno jednak zgodzić się ze stwierdzeniem, że metoda tradycyjna się wyczerpała. W naszej opinii prezentowanie funkcjonowania multinarodowych korporacji stanowi istotny element, jeśli chodzi o budowanie obrazu głównych koncepcji zarządzania. W przypadku przedsiębiorstw lokalnych, ich często niewystarczająco rozbudowane struktury i procesy zarząd-

❑ *Mówi się również o alternatywie dla klasycznych studiów menedżerskich, w postaci zdobywania biznesowego doświadczenia w praktyce, pod okiem doświadczonego mentora czy mentorów...*

Jesteśmy świadomi funkcjonowania różnorodnych modeli prowadzenia programów MBA zarówno w Polsce, jak i na świecie. Dlatego program prowadzony przez naszą uczelnię jest skoncentrowany na uwzględnieniu oczekiwań ich uczestników i lokalnego popytu. Po pierwsze, znajduje to odzwierciedlenie w oferowaniu programów MBA w kilku lokalizacjach w kraju – w najbliższych planach mamy zresztą rozszerzenie oferty kształcenia w innych miastach, w odpowiedzi na rosnące potrzeby słuchaczy. Po drugie, nasza kadra to grupa pracowników dydaktycznych z wieloletnim doświadczeniem, zasłużonych dla polskiego środowiska naukowego. Wspierają ich zdatni, młodzi naukowcy, którzy swoje teoretyczne i praktyczne doświadczenie zdobywali w różnych prestiżowych instytucjach zagranicznych. Pozwala to na szerokie spojrzenie na współczesny biznes i jego międzynarodowy, oraz często wielokulturowy wymiar. Dzięki temu uczestnicy naszych studiów zapoznają się z rozległą bazą teoretyczną wzbogaconą o praktyczne możliwości wykorzystania poznanych teorii, czemu służą m.in. prowadzone przez nas warsztaty. Nasi dydaktycy wspierają ich swoim doświadczeniem i wiedzą, jednak działania te nie mają charakteru typowo mentorskiego. Nasze obserwacje wskazują bowiem, że tradycyjne łączenie wiedzy z warsztatami prowadzi do osiągnięcia wyższego poziomu efektywności kształcenia.

❑ *Jak to, co proponujecie, wygląda na tle programów MBA w Polsce i na świecie?*

Najlepsze na świecie ośrodki akademickie, które proponują studia MBA, oferują różne, często autorskie rozwiązania, biorąc przy tym pod uwagę kształtowanie się popytu w zakresie prowadzenia zajęć, na który oddziałują lokalne operacje biznesowe i sposoby konkurencyjności przedsiębiorstw, w zestawieniu z trendami o charakterze globalnym. Charakter studiów menedżerskich w Polsce, leżącej w centrum Europy, między jej Wschodem a Zachodem, powinien budować tożsamość biznesową, łącząc lokalne uwarunkowania ze strategiami najlepszych przedsiębiorstw na Zachodzie. Widzimy to również w dyskusjach w trakcie zajęć, podczas których ich uczestnicy, a jednocześnie doświadczeni menedżerowie, wskazują, że często znane oraz upowszechnione w teorii zarządzania strategie nie są dostosowane do realiów naszego rynku.

” Charakter studiów menedżerskich w Polsce, leżącej w centrum Europy, powinien budować tożsamość biznesową, łącząc lokalne uwarunkowania ze strategiami najlepszych przedsiębiorstw na Zachodzie.

cze nie pozwalają na pokazanie pełnego spektrum działań skoncentrowanych na prowadzeniu efektywnego biznesu. Nie wszystkie przedsięwzięcia mające zasięg lokalny są predestynowane do wdrażania skomplikowanych modeli biznesowych i strategii rozwoju.



Doceniamy programy oferowane przez znakomite uczelnie zagraniczne. Mimo to nie kopiujemy stosowanych tam rozwiązań, tylko tworzymy własne innowacyjne ścieżki kształcenia.

W zakresie prowadzenia studiów MBA polski rynek charakteryzuje się dość wysokim poziomem nasycenia. W większości programy te skupiają się na zaspokojeniu wytworzonego przez ten rynek popytu, rozumianego jako jasno sprecyzowana przez potencjalnych uczestników potrzeba, związana z chęcią podjęcia studiów MBA. To standardowy schemat działania – ośrodki akademickie (tak jak przedsiębiorstwa w danym sektorze) konkurują, walcząc ze sobą o uczestnika w zamkniętym, określonym segmencie. Nasza filozofia kształcenia sprawia, że skupiamy się na poszukiwaniu i zaspokajaniu potrzeb segmentów rynkowych, czyli grup ludzi. Koncentrujemy się na pobudzaniu i kreowaniu nowego popytu, co polega głównie na poszukiwaniu go tam, gdzie jeszcze nie został wytworzony: staramy się pozyskać taką grupę uczestników, która dzięki naszym działaniom będzie odczuwała potrzebę podnoszenia swoich kwalifikacji oraz kompetencji. Na tym polega tworzenie innowacyjnej wartości – szukając optymalizacji po stronie kosztowej, jednocześnie oferujemy słuchaczom wyższy poziom jakości kształcenia.

Nasz program studiów MBA wprowadza uczestników w główne obszary zarządzania biznesem. Wyposaża ich także w pełen zestaw kompetencji niezbędnych do pełnienia funkcji kierowniczych i zarządczych. Otrzymują połączenie kwalifikacji twardych, dających mocne podłoże teoretyczne, z miękkimi, dotyczącymi kwestii przywództwa i budowania sprawnie działających struktur organizacyjnych. Dostrzegamy też rosnącą potrzebę przygotowania menedżerów na trudne czasy w gospodarce, dlatego kładziemy nacisk na elementy związane z zarządzaniem w kryzysie czy też zarządzaniem zmianą.

■ Innymi słowy, proste kopiowanie rozwiązań, które wprowadzają dziś u siebie czołowe światowe szkoły MBA – w odpowiedzi na rynkowe wyzwania – nie ma sensu?

Z pewnością doceniamy programy oferowane przez tak znakomite uczelnie, jak Harvard, INSEAD czy Wharton. Mimo to nie kopiujemy stosowanych tam rozwiązań, tylko tworzymy – we współpracy z najlepszymi naukowcami i praktykami biznesu, wykorzystując potencjał intelektualny naszej kadry – własne innowacyjne ścieżki kształcenia uwzględniające najnowsze osiągnięcia i trendy we współczesnej gospodarce. Z tego powodu nasze rozwiązania w zakresie kształcenia uważam za szczególnie cenne i nieodłączające od standardów uczelni zagranicznych.

■ Jak to wszystko przekłada się na zainteresowanie waszą ofertą?

Permanently obserwujemy intensywny wzrost liczby słuchaczy programu MBA. Jest to efekt wspomnianej już innowacji wartości oferowanej słuchaczom, a także wysokiej oceny tego programu przez jego absolwentów.

Sam pomysł jego uruchomienia nie był nowatorski i wynikał z dostosowania się do otaczającej nas konkurencji. Jednak powstanie autorskiego programu, w którym połączyliśmy wiedzę teoretyczną z praktyczną, zaproponowaliśmy część zajęć w języku angielskim i stworzyliśmy działające lokalnie grupy słuchaczy w ośrodkach zamiejscowych, pozwoliło nam na uzyskanie znaczącej przewagi konkurencyjnej. Świadczy o niej nasz udział na polskim rynku studiów MBA, mierzony liczbą ich uczestników.

Jeśli zaś spojrzeć głębiej na przyczyny tego sukcesu, wskazałbym przede wszystkim na dostosowywanie prowadzonych zajęć do otaczającej rzeczywistości oraz na wykorzystywanie najbardziej aktualnych materiałów i zasobów wiedzy. Te elementy sprawiają, że nasze innowacje produktowe w ścieżce kształcenia faktycznie stanowią odpowiedź na potrzeby szybko zmieniającego się świata. A właśnie nadążanie za rosnącą kompresją czasu umożliwia zdobycie przewagi konkurencyjnej. Współpraca z najlepszymi naukowcami daje przy tym efekt synergii, który sprzyja utrzymaniu tej przewagi w długim okresie. ©