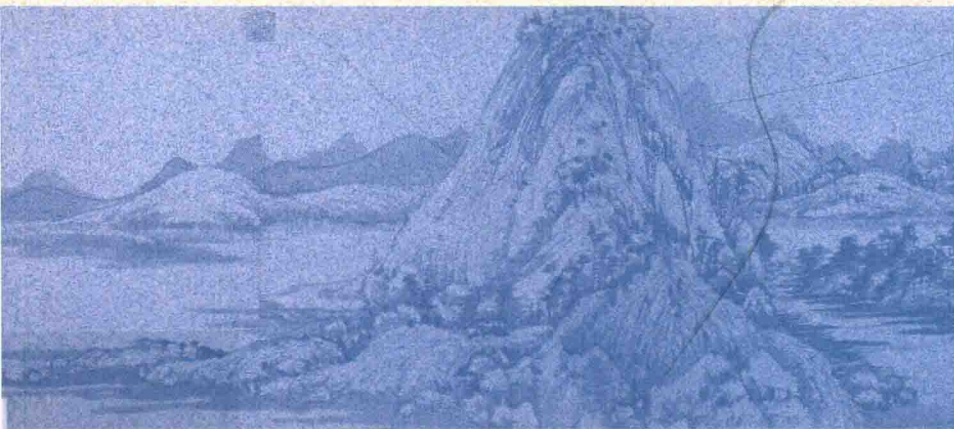


普通高校“十三五”规划教材·工商管理系列

MBA研究方法 with 论文写作



赖一飞 吴思 编著



清华大学出版社



普通高校“十三五”规划教材·工商管理系列

MBA研究方法 with 论文写作

赖一飞 吴思 ◎ 编著



清华大学出版社
北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

MBA研究方法与论文写作/赖一飞,吴思编著. —北京:清华大学出版社,2019

(普通高校“十三五”规划教材·工商管理系列)

ISBN 978-7-302-53548-5

I. ①M… II. ①赖… ②吴… III. ①工商管理学—研究方法②工商管理学—硕士学位论文—写作 IV. ①F203.9②H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第180069号

责任编辑:吴雷

封面设计:李伯骥

版式设计:方加青

责任校对:王凤芝

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:13 字 数:265千字

版 次:2019年9月第1版 印 次:2019年9月第1次印刷

定 价:45.00元

产品编号:083858-01

作者简介

赖一飞，工学博士，武汉大学经济与管理学院管理科学与工程系副教授、硕士生导师，武汉大学产业制造与战略决策研究中心副主任，中国技术经济学会会员，湖北省物业管理学术专家委员会副主任委员。研究领域：项目管理与投融资、房地产经济、科技管理。已出版教材、专著共10部，发表论文70余篇，主持或参与国家、教育部、省级课题10项，被评为武汉大学MBA优秀论文指导教师。

吴思，武汉大学经济与管理学院市场营销与旅游管理系副教授，武汉大学MBA/EMBA教育中心主任，美国华盛顿大学商学院访问学者，中国高校市场营销学会理事、湖北省市场营销学会理事。出版教材、专著3部，发表论文40余篇，主持或参与各类科研项目10余项，多次被评为武汉大学最受欢迎的MBA教师。

内 容 简 介

本书从MBA学位论文的选题、开题、格式要求、文献综述、研究方法到形成正文、结论、参考文献、论文答辩与评价等方面进行了分析和阐述，对MBA学位论文的写作方法与步骤进行了系统的介绍。本书不仅旨在让读者系统了解MBA教育的基本要求，掌握MBA研究方法 with 论文写作技巧，并且通过对科学与科学研究方法的介绍，使读者在学习时逐步提升自身的科学素养。本书既可作为MBA学位论文写作的指导书，也可作为MBA(EMBA)学员，论文指导老师，企业经营管理者，工商管理专业本科生、研究生以及有志于从事企业管理人员的参考读物。

序

随着经济全球化的脚步加快，市场经济的蓬勃发展，管理逐渐走向科学化。目前全世界每年有数以十万计的 MBA 学员毕业于世界各大学的商学院，成为出类拔萃的工商管理人才，领导着各国企业在世界商场中逐鹿。因此，我国的 MBA 教育也愈发重要起来。MBA 是工商管理类硕士研究生学位，是为培养能够胜任工商企业和经济管理部门高层管理工作需要的务实型、复合型和应用型高层次管理人才而设置的。MBA 教育主要采取案例研讨、启发感悟式教学，理论联系实际地培养市场需要的企业高级管理者。

自 1991 年国务院学位委员会批准清华大学等 9 所院校试办 MBA 教育以来，武汉大学也在 1993 年开始了 MBA 教育，武汉大学 MBA 教育始终坚持“谋新求变，止于至善”，充分整合优势资源与能力禀赋，不断创新与完善培养体系，坚持“专业导向、能力导向、素质导向、职业导向、市场导向”，凸显“人文武大、管理珞珈”的核心优势，努力培养知识积累与能力提升并重、国际视野与本土创新精神兼备、商业能力与社会责任并举的管理精英与未来组织领袖。二十多年来，武汉大学经济与管理学院共培养了 6 000 多名 MBA 学员、2 000 多名 EMBA 学员，为中国经济的建设与发展培养了一大批具有国际化视野、系统管理理念、创新创业精神以及卓越执行能力的高级工商管理人才。

在 MBA 教育蓬勃发展的背景之下，不少专家、学者围绕如何提高 MBA 学位论文质量，如何引导 MBA 学员写好论文等问题，进行过很多研究。但是全面、系统地介绍 MBA 学位论文写作与研究方法的教材较为缺乏，以工具书的形式将 MBA 学位论文写作过程进行系统而详细介绍的教材尚缺，而呈现在读者面前的这本教材在一定程度上正好填补上了这一空白。

作者在深入研究和大量实践的基础上，综合参考了国内外知名大学 MBA 学位论文写作的要求，撰写了这部《MBA 研究方法 with 论文写作》，对 MBA 学位论文的写作过程进行了全程分解，全面、系统地介绍了 MBA 学位论文写作思路与方法，目的是指导 MBA 学员顺利完成学位论文的撰写，具有较强的指导和参考价值。具体来说，本教材具有以下三个明显的特点：

(1) 定位明确。教材以指导 MBA 学员进行学位论文写作这样一本工具书的定位，

来设计全书的结构，充分考虑了 MBA 学员的现实需要，有很强的针对性与实用性。

(2) 内容全面，系统性强。教材全面透彻地分析了 MBA 学位论文的写作过程，对论文的各组成部分进行了系统阐述，高度概括了 MBA 学位论文的写作规范和要求，具有很强的可读性，对 MBA 学员的论文写作具有重要意义。

(3) 理论与实践紧密结合。教材的编写以实用性为主，理论阐述和研究方法简洁精练，整体风格十分注重实践性。

《MBA 研究方法与论文写作》教材的编者有多年 MBA 学位论文写作的教学指导经验和知名企业的管理咨询实战经历，对市场具有敏锐的洞察力，策划编写本教材便是有力的例证。我相信，本书的出版定会给 MBA 学员带来很大的帮助。

汪 涛

青年长江学者、教授、博导
武汉大学经济与管理学院副院长

前言

对 MBA 学员来说，研究方法与论文写作，是 MBA 培养过程的一个重要组成部分，是对自身以科学研究方法综合运用理论知识解决企业实际问题能力的检验和考核。本书围绕 MBA 教育发展目标，构建 MBA 学位论文质量保障体系，以科研育人为抓手，培养 MBA 研究生的科学精神和科学道德，着力提高 MBA 学位论文质量，培养具有国际视野、创新能力的高层次人才。笔者在参阅了大量文献资料的基础上，深入浅出地介绍了 MBA 研究方法与论文写作。

全书共分八章。第一、二、三章由赖一飞、赵静、赵继涛编写，第四、五、六章由吴思、屠金萍、夏金秋编写，第七章由赖一飞、张婉、赵小倩编写，第八章由吴思、张婉、赵小倩编写。本书从 MBA 学位论文的选题、开题、格式要求、文献综述、研究方法到形成正文、结论、参考文献、论文答辩与评价等方面进行了全面、系统的分析和阐述。此外，书中附有二维码，扫码后即可查阅 MBA 学位论文范例以供参考，其目的是指导学员能顺利完成 MBA 学位论文的撰写。

本书不仅旨在让读者系统了解 MBA 教育的基本要求，学习 MBA 研究方法与论文写作，而且通过对科学与科学研究方法的介绍，使读者在学习时逐步培养自身的科学素养。同时，也让读者在了解 MBA 教育的宗旨和未来发展趋势后，学习更具导向性和实用性。《MBA 研究方法与论文写作》作为 MBA 学位论文写作的工具指导书，适用于 MBA(EMBA) 学员，论文指导老师，企业经营管理者，管理咨询顾问，工商管理专业本科生、研究生以及有志于从事企业管理的人员。

本书在编写过程中得到了武汉大学经济与管理学院以及研究生教学管理办公室的大力支持与帮助。同时，本书参阅了大量国内外相关专家与学者的著作与文献资料，在此谨向他们表示深深的感谢。由于编者水平有限，书中难免有不妥之处，恳请同行专家、学者及读者批评指正。

赖一飞 吴思

2019年8月

目录

第一章 绪论

- 第一节 MBA 简介..... 2
- 第二节 MBA 教学配置..... 9
- 第三节 MBA 学位论文的写作..... 16

第二章 MBA 学位论文选题

- 第一节 MBA 学位论文选题的类型..... 22
- 第二节 MBA 学位论文选题的基本原则..... 23
- 第三节 MBA 学位论文选题的方法..... 25
- 第四节 MBA 学位论文选题的考虑因素及误区..... 26
- 第五节 MBA 学位论文选题参考..... 29

第三章 MBA 学位论文开题报告

- 第一节 撰写 MBA 学位论文开题报告的作用及前期准备..... 34
- 第二节 MBA 学位论文开题报告的主要内容..... 36
- 第三节 MBA 学位论文开题报告的写作要求和常见问题..... 46
- 第四节 MBA 学位论文开题的流程..... 48

第四章 文献检索与文献研究

- 第一节 文献及文献的类型..... 52
- 第二节 文献综述的定义及其原则与目的..... 59

第三节	文献综述写作与文献研究	63
第四节	文献检索的方法与工具	66

第五章 MBA 学位论文的研究方法及研究设计

第一节	案例研究法	86
第二节	企业诊断法	94
第三节	调查研究法	98

第六章 MBA 科学研究与论文写作

第一节	科学与科学发展史	108
第二节	科学精神与科学研究	113
第三节	MBA 学位论文的基本组成及写作要点	121
第四节	MBA 学位论文的写作步骤	135

第七章 数据分析

第一节	基本概念	146
第二节	统计推断	150
第三节	数据分析方法	159
第四节	数据处理软件介绍	172

第八章 MBA 学位论文的评阅与答辩

第一节	学术诚信	178
第二节	MBA 学位论文评阅	182
第三节	MBA 学位论文答辩	187

论文范例

参考文献

第一章

绪论

作为 MBA 学员来说，一方面要认识 MBA 的起源与发展历程；另一方面需要掌握研究方法 with 论文写作，这是 MBA 学习过程的重要组成部分。初步了解 MBA 发展历程以及与其相关的写作知识与技能，对于 MBA 学员来说十分重要。本章通过简要概述 MBA 起源与发展、MBA 教学配置、MBA 学位论文写作等相关内容，为 MBA 学员掌握研究方法 with 论文写作技巧奠定了基础。



第一节 MBA 简介

一、MBA 的起源

美国是高等工商管理教育的发源地，1881年美国宾夕法尼亚大学建立了沃顿商学院，它是世界上第一所大学性质的商学院，目的是为了培养能担任政府和企业重要职位的高级管理人才。1900年达特茅斯学院成立了第一所研究生层次的商学院，1908年哈佛大学成立商学院，并开创性地创办了世界上第一个两年制的MBA项目。美国高等工商管理教育是在管理科学理论的支撑下，由市场需求推动发展起来的，经济发展、制度创新对经营管理人才的需求决定了工商管理教育的发展方向。由于传统观念认为学术理论研究才是大学的目标，培养职业人才并不是大学的目标，因此在这种理论氛围中，早期的商学院管理教育刻意强调学术性，并且专业划分过于细窄，也过于专业化。随着世界经济的快速发展，独立的商学院的数量也在不断地快速增加，自由市场上对新型管理人才要求的不断提高，促使不同高等院校对管理教育模式进行了不懈地探索和创新。这种状态一直持续到“第二次世界大战”之后，美国企业在和平时期迅速发展，企业管理人员需求旺盛，许多退伍军人选择了进入大学的商学院攻读MBA学位，哈佛大学1947届的学员就是此类代表性的MBA学者。

20世纪中期，美国工商管理教育拉开了变革的帷幕。在充分研究美国社会和企业现状的基础上，一份分别由两个基金会（福特基金会和卡内基基金会）资助的关于美国工商管理教育的研究报告指出，管理教育应以培育企业所需的专业的领导人和高端的职业经理人为目标，所培养的高级人才要具有对企业问题进行决策、分析和及时处理的能力，同时也要学会掌握对企业的研究方法。该份研究报告对后续的美国管理教育产生了重大而又深远的影响。1961年，在美国大学管理学院联合会的学位认证标准中，MBA学位的名称正式被确立。此后，由于MBA学员在工商界的出色表现，作为高层次的、务实的、管理通才的MBA教育逐渐地得到社会的广泛认可，不同学科背景但有实际工作经验的大学毕业生攻读MBA学位的哈佛模式成为美国管理教育的主流。从此，MBA教育得以蓬勃发展，世界各国纷纷效仿美国MBA教育模式，并使其成为世界管理教育的主要模式。

MBA 起初诞生于美国, 经过长时间不断的探索和努力, 它培养了数量众多的优秀高端工商管理人才, 创造了美国经济发展的奇迹。MBA 被誉为“天之骄子”和“管理人才”, 成为企业界乃至社会敬重的高端稀少专业人才, 甚至在公众心目中被尊称为“商界英雄”。据统计, 美国最大的 500 家公司的总经理、董事长等高层主管, 绝大多数都是 MBA 学员。这一惊人的事实, 是对 MBA 教育成功业绩的最好说明。MBA 代表着能力, 象征着学识, 预示着希望与成功。

1984 年《哈佛商业评论》总结了 MBA 教学的众多经验, 指出“管理学院不能令人满意的管理教育, 应对美国国际竞争力下降负有一定责任”, 并在批判性的基础上, 逐渐形成了以定量研究、案例教学和管理实践为导向的 MBA 教学体系。此后至今, 哈佛商学院一直独领风骚。

随着管理科学理论在我国的传播和成熟, 我国的 MBA 教育在改革开放和经济发展对掌握市场经济一般规律的企业经营管理人才急切需求的背景下产生, MBA 教育项目于 20 世纪末引入中国。1990 年国务院学位办正式批准设立 MBA 学位和试办 MBA 教育, 首批批准了以中国人民大学、清华大学为代表的 9 所高校开展试点, 并于 1991 年正式招生。2000 年, 试点院校总数扩大到 62 所, 招生规模也由十年前的百余人, 扩大到十年后的 12 000 多人, 招生人数增长速度惊人。2001 年中国 MBA 教育结束了试点, 进入正式发展阶段。中国 MBA 教育分别诞生于综合性大学、理工科大学和财经类大学的沃土上, 经过各个学校多年不断地总结和深入研究, 在借鉴西方发达国家 MBA 教育经验的基础上, 初步形成了中国 MBA 教育的基本模式。MBA 教育成为培养适应中国特色发展经济的高端专业管理人才的重要渠道。目前, 中国有将近 300 所院校有资格开办 MBA 项目, 从一无所有到遍地开花, 不仅是中国市场经济发展的明证, 也体现了中国教育事业的发展。

二、MBA 教育发展

(一) MBA 学科的发展

在美国, MBA 学习年限为两年。在两学年之间的暑假中, MBA 学员可以自由地进行实习活动, 以便于运用自身所学的知识 and 技能。在第一年的课程中, 商业学科是必修课程也是学生学习的核心, 包括财务、营销学、管理学总论、运营管理学和会计学。在第二年的课程中, 学生可以选修一些其他感兴趣的科目。一般来说, 选修课中最受欢迎的课程包括: 战略管理学、金融学、会计学和营销学。MBA 学员一般的入学年龄是 20 ~ 30 岁, 他们大多有很丰富的工作经验。相比较而言, 欧洲 MBA 的发展最初受到政府规定的阻碍。在许多欧洲国家, 政府不允许社会集资的大学创办“职业化”商务课程。20 世纪 50 年代,

法国的一批企业家开始建立私立商学院，提供一种与众不同的欧洲 MBA 教育，这才打破了之前的阻碍。1958 年前后成立的法国枫丹白露 INSEAD 商学院以及瑞士的 IMEDE 商学院（即现在的 IMD）都是当时的典型学院。这种欧洲式的 MBA 与美国式的 MBA 不同，学制为一年，学员的年龄必须是 30 岁左右，这样旨在把他们更多的管理经验带进教室，这点也和美国的商学院存在很大的区别。从一开始，这些欧洲的商学院就特别关注国际化的全面管理教育。它们设计的课程既整合了实用的技能，也强调全球文化和商业知识的学习。欧洲的商学院也采用案例研究，但是更加鼓励团队基础上的项目合作。由于英国政府有意建立“商业教学与研究的卓越中心”，1964 年成立了伦敦商学院和曼彻斯特商学院，这两所商学院都采取美国的 MBA 全日制教学的模式。而英国的 Cranfield、Warwick 和 Lancaster 等商学院则采取欧洲的一年制的 MBA 学制。不过，欧洲的商学院并无法撼动美国在 MBA 教育领域的统治地位。20 世纪六七十年代，越来越多的欧洲人选择在美国学习 MBA，而非在本土进行学习。到 1979 年，美国一度拥有 500 个 MBA 课程。汉迪教授（Professor Charles Handy）的报告狠狠地揭露了这一事实，这份报告令英国政府猛然意识到英美商业教育的巨大差距。1979 年，英国打破了伦敦商学院和曼彻斯特商学院两家垄断的局面，允许任何一家英国大学独立自主地开办自己的 MBA 课程。法国、德国在 20 世纪八九十年代也相继采取了同样的步骤。就目前的状况来说，在 MBA 教育领域，美国仍处于最顶尖的地位，拥有 600 个 MBA 课程，7 万名全日制 MBA 学生。而英国共有超过 100 家商学院，法国有 70 家，西班牙有 50 家，德国有 20 家。总体来说，欧洲大约有 1.5 万名 MBA 学生，其中全日制学生 1 万名。

当前中国管理类专业硕士包括 7 种：工商管理硕士（MBA）、公共管理硕士（MPA）、会计硕士（MPAcc）、工程管理硕士（MEM）、旅游管理硕士（MTA）、图书情报硕士（MLIS）、审计硕士（MAUD）。之所以把这 7 个专业都称为 MBA 的“兄弟姐妹”，是因为这 7 个专业都统考两个科目：管理类联考综合能力和英语（二）。

（二）MBA 教育的革新

20 世纪七八十年代是世界各国 MBA 高速发展的黄金时代。以美国为首的西方国家，经济处于快速发展阶段，企业急需大量的专业高级管理人才，著名大学的商学院毕业生更是备受青睐，这导致了 MBA 学位供不应求的现象。学生对攻读 MBA 的热情随之高涨，世界各地知名与不知名的院校顺应时代的潮流，纷纷设立了 MBA 课程，MBA 课程数不胜数，甚至泛滥成灾。然而，限于师资力量、教育水平以及专业设备等因素，众多的 MBA 课程质量堪忧。MBA 高速发展至 1991 年达到顶峰，1991 年以后，修读 MBA 课程的学生数量开始下跌。此后若干院校根据产生的问题对 MBA 课程进行革新，攻读 MBA 课程的学生数量开始回升。对外国（尤其是美国）MBA 课程的批评一直存在。商界主管

人士与商学院任教的学者成为评判 MBA 课程的主力军。批判的焦点是各院校培养出来的 MBA 人才所具备的能力不能满足商界的要求。简单来说, 商界所需要的企管人才要具备以下才能: 具有领导技巧, 有解决问题的能力, 能与人沟通以及具有团队合作的精神。在学者当中, 近年批评最激烈的首推加拿大麦基尔大学的亨利·明茨伯格教授 (Henry Mintzberg)。明茨伯格认为: “MBA 课程训练出来的毕业生犹如雇佣兵, 只有少数的例外, 他们对任何行业或企业都没有承诺感。这些 MBA 课程创造了一套错误的企业价值观。” 1993 年 11 月明茨伯格对著名的哈佛商学院“纯案例教学法”展开猛烈地批评, 认为案例方法只训练了人们对自己几乎一无所知的事务妄加发言。此外, 亦有批评者认为哈佛商学院的案例教学法强调个人表现, 不重视团队工作, 其强调评分法 (每班低成绩的学生须占 10%) 助长了个人竞争而不是团队合作, 因而容易导致企业的不良后果。除此之外, 课程的割裂性、毕业生沟通技巧差以及缺乏商业守信等也是被批判的重要原因。

针对上述有关批评, 各著名商学院积极反思, 并对 MBA 课程进行了一系列的革新, 具体革新内容如下:

(1) 根据综合性原则而不是职能性原则设计了 MBA 课程。其中, 具有代表性的是美国的 Babson 学院。印第安纳大学商学院同样进行了课程重整与综合, 减少重复的地方, 使教材更合逻辑性。哈佛大学商学院把 MBA 第一学年的十多门专业必修课程精简为四门综合性课程。1993 年 9 月, 明尼苏达大学也开始把 MBA 课程综合化, 并分为基础核心、职能核心和领导才能核心三方面内容。

(2) 重视团队合作精神: 建立团队文化已成为各 MBA 课程的一个主流思想。印第安纳大学要求学生分组, 在课室内外均进行合作。哈佛大学增加了 25% 的团队项目, 并规定团队合作的最低标准。同时, 改变了学科评分的方法, 缓解了 MBA 学员的竞争状况。

(3) 重视学生的“软性”技巧训练。在某些学科特别是行为科学方面, 美国若干大学已在精心设计一些有关课程并进行试验, 如透过学期研究计划、课堂报告、人际活动等方法, 对领导才能的软性技巧进行训练。香港中文大学工商管理硕士课程亦要求新入学的二年全日制学生参加一项“外展训练学校”开设的课程, 为期一周, 训练学生的毅力、领导才能与团队精神, 效果显著。

(4) 重视商业道德的训练: 重视商业道德是世界各地 MBA 课程的一大趋势。法国 ISA 的 MBA 课程一反其他学校单纯在 MBA 课程中进行道德观念探讨的做法, 把学生送到阿尔卑斯山的一间寺院进行道德训练, 这种新颖的做法受到众多学生的喜爱与支持。

(5) 重视沟通技巧的训练: 美国达特茅斯大学 Tuck 商学院及纽约大学 Stern 商学院均聘有专任教授负责管理沟通技巧的讲授。

(6) 课程的全球化 (globalization): 美国商学院遵循精英商学院协会组织 (AACSB) 的指引, 已纷纷把 MBA 课程变得更为国际性、全球化, 这一趋势在 20 世纪 80 年代中期

已开始。目前，伦敦商学院（LBS）与法国的欧洲工商管理学院（INSEAD），在课程设置上均以国际性为标榜。

可以预见，今后 MBA 课程会更趋向实用化、严谨化和合理化的道路发展。

（三）MBA 教育的发展趋势

MBA 教育是适应社会经济与技术发展的必然产物。当今世界正处于一个快速变革的时期，经济全球化的趋势、以信息技术为代表的科学技术迅速发展、新经济的崛起以及现代社会对管理人员全面素质的要求等因素，对当代 MBA 教育提出了新的挑战。近年来世界各国都在积极探索 MBA 教育的新规律，及时调整 MBA 培养模式。从发达国家的 MBA 教育现状来看，目前 MBA 教育主要呈现如下发展趋势：

（1）MBA 教育需要国际化。伴随经济全球化，企业国际化，具有国际化战略眼光并适应全球不同文化背景的高级管理人才越来越稀缺。通过生源的国际化、师资的国际化、教学内容的国际化、培养方式的国际化，以提高 MBA 教育国际化水平已成为最显著的发展趋势。

（2）适应新经济要求，在管理通才教育基础上，根据各商学院的特点，出现了有明显侧重的 MBA 培养新模式，如公共会计 MBA、创业管理 MBA、医院管理 MBA 等。

（3）MBA 教育是市场经济的产物，存在着激烈的市场竞争，发达国家商学院已经或正在建立各自的 MBA 教育特色，如哈佛商学院见长于一般管理，沃顿商学院见长于金融、财务管理，斯隆管理学院见长于技术管理等，各商学院利用 MBA 教育的特色在市场竞争中取得优势和发展，同时市场竞争的结果导致了管理教育产业化的思想成为 MBA 教育管理模式的基础。

（4）教学内容和教学方法上的创新。因为企业面临着多变、复杂的社会、经济和法律环境，发达国家的商学院强调了对 MBA 课程内容的综合性整合，以学生为中心的教学方式更加贴近实际。

（5）为适应现代社会对管理者全面素质的要求，MBA 教育更加注重对学生综合素质和能力的培养，特别强调对学生的领导能力、协调沟通能力、团队合作精神以及良好商业伦理观的培养。

三、MBA 与传统学术型硕士

（一）MBA 与传统学术型硕士的联系

首先，MBA 是“Master of Business Administration”的英文缩写。MBA 学位是一种注

重复合型人才培养的学位，是重视能力培养重于知识传授的学位。它要求其毕业生有应变能力、预测能力、综合能力、组织能力，并能在风云变幻的世界市场和国际化竞争中不断发展，不断克服困难，立于不败之地。MBA 课程内容广泛，管理学、经济学类、金融、财务、法律都是其必修的课程，同时 MBA 课程对能力训练要求较高，不光讲究组织、领导才能，对专业的沟通能力，把握全局、进行敏锐思考、判断和处理问题的能力也有一定的要求。中国经批准设置的专业硕士已达 15 类。专业硕士学位主要包括：工商管理硕士专业学位（MBA）、公共管理硕士专业学位（MPA）等。专业硕士是中国研究生教育的一种形式。根据国务院学位委员会的定位，专业学位为具有职业背景的学位，培养特定职业高层次专门人才。专业硕士教育的学习方式比较灵活，大致可分为在职攻读和全日制学习两类。在职攻读的专业硕士考试一般在十月份，主要招收在职人员和以业余时间学习为主的人员，名为“在职人员攻读硕士学位全国联考”（简称“联考”）；招收全日制学生的专业学位考试与每年年初举行的“全国硕士研究生统一入学考试”（简称“统考”）一起举行。

研究生是高等教育的一种学历，一般由拥有硕士点、博士点的普通高等学校和研究生培养资格的科研机构设置，以研究生为最高学历。根据我国的有关规定，普通硕士教育以培养教学和科研人才为主，授予学位的类型主要是学术型学位。目前，中国学术型学位按招生学科门类分为 12 大类，12 大类下面再分为 88 个一级学科，88 个一级学科下面再细分为 300 多个二级学科，同时还有招生单位自行设立的 760 多个二级学科。普通硕士的招生考试主要是年初的“全国硕士研究生统一入学考试”，学生被录取后，获得研究生学籍。学生毕业时，若课程学习和论文答辩均符合学位条例的规定，可获毕业证书和学位证书。

工商管理硕士（MBA）的出现，使得中国商业教育与世界成功接轨。中国有两种硕士学位，一种为学术硕士学位，一种为专业硕士学位。通常情况下所说的学术硕士学位是中国特有的学位系统，在国外并不存在学术学位一说。专业硕士学位是世界高校统一的学位，也就是说国外只有一种硕士学位，不管是搞学术研究，还是搞实践的硕士，在国外都是授予 MBA 学位，国外不存在学术学位与专业学位之分。所以说中国两种硕士学位的存在，是具有中国特色的，中国引进 MA、MFA、MBA 等学位制度，也是为了与世界接轨。在国外攻读文学领域的硕士课程，最终都是授予 MA 学位；攻读艺术领域的硕士课程，都是授予 MFA 学位；攻读商学的硕士课程，都是授予 MBA 学位，这是世界高校统一的学位系统，国外不存在学术硕士学位一说，也就是说在国内获得的工商专业的学术硕士与专业硕士到国外时，都被认证并翻译为“Master of Business Administration”，也就是 MBA，但有些情况下学术硕士学位在国外是不被承认的。