

А СУДЬИ КТО? ВЫБОР УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ — ДЕЛО НЕПРОСТОЕ. ПРИ ЭТОМ В БИЗНЕС-ШКОЛАХ ИЗ-ЗА СТОИМОСТИ ОБУЧЕНИЯ «ЦЕНА ОШИБКИ» ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫШЕ. ТЕМ, КТО ХОЧЕТ ПОЛУЧИТЬ КАЧЕСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ, РЕКОМЕНДУЕМ ПРИСМОТРЕТЬСЯ К ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОМУ СОСТАВУ. ГЕННАДИЙ БЕЛЯКОВ

«Кадры решают все» — с этим блестящим изречением довольно спорной исторической фигуры соглашались многие. Верно оно и для образования. Да и как не согласиться, когда даже на дистанционных программах обучения, где зачастую исключен личный контакт с преподавателем, учебные материалы все равно готовят люди. Безусловно, от них в первую очередь зависит не только, сколько знаний и умений будет освоено учеником, но и что он будет рассказывать своим знакомым, когда они его будут спрашивать о месте учебы.

ДЕЛОВОЙ ПОДХОД Для бизнес-образования на этапе становления такое «сарафанное радио» очень важно. Степень MBA хоть и знакома многим, но пока продукт даже в своей небольшой нише не массовый, а, прямо скажем, элитарный. В таком узком кругу личные рекомендации имеют особый вес и служат важным ориентиром в отсутствие сложившейся практики выбора бизнес-школ. Преподавателей запоминают надолго, а посему предъявляют к ним повышенные требования.

Будь это бизнес-образование или любое другое, но главный навык учителя — это способность передавать знание, и для преподавателей программ MBA этот навык должен быть на особой высоте. У учеников времени не так много — для большинства из них оно действительно на вес золота. «Как говорил философ „Сказал бы более кратко, если бы было время сформулировать“. Поэтому преподавателю не следует „растекаться по древу“, — выдвигает главное требование к преподавателям Константин Комаедов, генеральный директор компании «ПРАУД бизнес». По его мнению, бизнесмены в основном идут учиться навыкам, а не приходят за знаниями — это создает спрос на такие продукты, как тренинги. Такое положение вещей господин Комаедов объясняет отсутствием времени и перегруженностью информацией. «Чтобы давать навык, преподавателю нужно быть хорошим психологом, постоянно работать с практическими бизнес-ситуациями. Преподаватель должен уметь быть кратким и должен уметь акцентировать внимание аудитории именно на тех навыках, которые соответствуют направлению обучения, используя простые образы для иллюстрации того или иного навыка», — считает он.

Перенос знаний в практическое поле — это самая суть программ MBA, и владеть этим приемом должен каждый преподаватель для бизнеса. «Каждому вопросу (задаче, кейсу), рассмотренному на занятиях, нужно найти практическое применение в жизни слушателей и объяснять им границы этого применения, — поясняет Михаил Карлик, проректор ИМИСП. — Ведь слушатели ищут возможности повысить эффективность своей деятельности, пускай и не мгновенно, но в стратегической перспективе. В такой ситуации изложение любого материала должно приводить



В ПЛАТНОМ ОБРАЗОВАНИИ УЧИТЕЛЬ ПРИ ЛЮБОМ РАСКЛАДЕ В МЕНЬШИНСТВЕ — КЛИЕНТ-ТО ВСЕГДА ПРАВ

слушателя к пониманию, как те или иные аспекты, рассмотренные на занятиях (естественно, с необходимой адаптацией к локальным условиям), могут быть переложены именно на их бизнес».

В то же время Константин Комаедов предупреждает, что преподаватель не должен бояться противоречий теории и практики: «Зачастую преподаватели грешат тем, что хотят показаться бизнесменам самоценно умными и поставить себя на некий ученый подиум». Впрочем, конфликт между теорией и практикой существовал всегда, и его довольно успешно решают объединением этих составляющих. А что делать, когда противоречия возникают между конкретным и более общим, может быть даже абстрактным? Так, например, от конкретики часто необходи-

мо переходить к общему, чтобы формировался целостный взгляд. Особенно это важно для слушателей комплексных программ — где преподаватели конкретных дисциплин должны постоянно выстраивать взаимосвязи со всей программой обучения. Например, в ИМИСП старались избегать ситуации, когда один и тот же человек преподавал совершенно разные дисциплины (это казалось признаком непрофессионального подхода), а теперь, наоборот, делают на это ставку.

ЗАЕЗЖИЙ ГАСТРОЛЕР Впрочем, список требований к идеальному преподавателю в принципе бесконечен, а работать приходится с реальными людьми. При этом даже к развитому западному рынку бизнес-образования не всегда удается

обратиться за помощью. Так, учитывая, что большая часть слушателей в России выбирает русскоязычные программы MBA, спрос на иностранных преподавателей в бизнес-образовании не так уж и высок. «Если 9 из 10 программ идут на русском языке, то спрос на рынке труда на русскоязычных преподавателей преобладает», — подтверждает Федор Рагин, директор программы «EMBA Стратегия» ИМИСП. По его опыту, эксперименты прошлых лет с иностранными «звездами», выступающими с синхронным переводом, показали, что эта технология неплохо работает на одно-двухдневных семинарах. Но при этом совершенно не годится для качественных устных и письменных коммуникаций, для глубокого эмоционального взаимодействия преподавателя и аудитории, что необходимо на хорошей executive-программе, считает господин Рагин.

«Мы приглашаем и российских преподавателей, однако это возможно далеко не во всех дисциплинах. Преподаватель на современной программе Executive MBA должен быть способен работать с интернациональной аудиторией, где обсуждается практика бизнеса в разных странах и разных рыночных системах, — рассуждает директор программы EMBA General Management Стокгольмской школы экономики в России Алексей Попов. — Независимо от родного языка, такой специалист должен уметь работать на английском языке и быть востребованным в бизнес-школах разных стран». В Стокгольмской школе экономики в России есть программа EMBA на русском языке, которая идет с синхронным переводом, а преподаватели приезжают из-за рубежа. При этом Алексей Попов подчеркивает, что конкуренция на мировом рынке сформировала мобильных преподавателей, способных точно подстраивать содержание и форму подачи под особенности аудитории, даже с учетом специфики страны или отдельной компании заказчика. По его мнению, на российском рынке, среди русскоязычных преподавателей конкуренция такого рода нет, так как большинство преподавателей работают в стенах одной бизнес-школы.

Впрочем, опыт общения с зарубежными спецами бизнес-образования у всех разный. Так, у Стокгольмской школы экономики, наверное, в силу западного происхождения или ориентированности на международный подход к ведению бизнеса, он более счастливый. Тем же, кто старается выстраивать российское бизнес-образование, приходится сложнее. «Иностранные „звездные“ преподаватели не знают бизнес-контекста и, за редкими исключениями, не желают знать, — сетует Федор Рагин. — Высокомерное отношение к локальным особенностям ведения бизнеса — это не только российская проблема. О том же говорят руководители китайских и латиноамериканских бизнес-школ. А ведь крупные развивающиеся страны имеют специфический контекст, который сохранится и в будущем, в отличие, скажем