

THE  
TEN DAY  
MBA

# MBA十日读

美国著名商学院最受欢迎的MBA课程精华

[美]史蒂文·西尔比格◎著  
(Steven Silbiger)

郑伏虎等◎译

[第四版]

1997年/2001年/2002年  
中国优秀畅销书奖

希望去美国前10名著名商学院读书的读者，  
大家现在又多了一个选择  
就是西尔比格的这本《MBA十日读》



# THE

1997年/2001年/2002年中国优秀畅销书奖

# TEN DAY

## MBA十日读

美国著名商学院最受欢迎的MBA课程精华

[第四版]

[美]史蒂文·西尔比格◎著  
(Steven Silbiger)  
郑伏虎等◎译

图书在版编目 (CIP) 数据

MBA 十日读·第四版/ (美) 西尔比格著; 郑伏虎等译. —4 版. —北京: 中信出版社, 2015. 5

书名原文: The Ten-day MBA 4th Ed.

ISBN 978-7-5086-5125-5

I. M… II. ①西…②郑… III. 工商管理—研究生—课程—介绍—美国 IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 078017 号

The Ten-day MBA 4th Ed. by Steven Silbiger

Copyright © 1993, 1999, 2005, 2012 by Steven Alan Silbiger

Simplified Chinese translation copyright © 2015 by CITIC Press Corporation

ALL RIGHTS RESERVED.

本书仅限于中国大陆地区发行销售

MBA 十日读 (第四版)

著 者: (美) 史蒂文·西尔比格

译 者: 郑伏虎 曹建海 杨兰伏

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

版 次: 2015 年 5 月第 4 版

京权图字: 01-2015-0663

书 号: ISBN 978-7-5086-5125-5/F·3365

定 价: 62.00 元

印 张: 27 字 数: 350 千字

印 次: 2015 年 5 月第 1 次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

第四版  
译者序

吾等从事译、著多年，极虑专精，时逾一纪有余。同类书籍，本书深入浅出为最，更得读者厚爱，跨世纪畅销至今。翻译本书闲暇之余温《古文观止》，仰名家翰墨，瞻法海壁画。味先祖之馀烈，挹大师之前规，悟古今相通之道。春华秋实，可也！

感谢德意志交易所（Deutsche Borse）JianHong Wu 先生和中信公司张极井先生的鼎力支持。感谢中信出版社编辑许志的辛勤付出，以及金烨、张喆、程欣、吴聿衡、万峰、田瑶、高筱苏博士、杜铮和诸位朋友们的关心和帮助。

望大家人手一册，以顺中西互补之势，诸梦共享，学以致用，共勉！

郑伏虎

2011年4月北京

第三版  
译者序

秉承本书的一贯风格，作者在第三版中新增了《萨班斯-奥克斯利法案》的简明内容，补充了地产投资、理财规划、领导力培训等微型课程，更新了案例。

自中信出版社于1997年出版第一版中文版以来，本书所涉及的相关英文术语，业界已经形成了更为通用的专业中文对应名称，对此，本版均做了相应修改和完善。在此特别感谢中信出版社给予的支持和本书责任编辑许志提出的建议、修改和付出的辛勤汗水。

相信读者仍会和我们一样厚爱此书，并对本书新版的出版给予一如既往的支持。

特别感谢德意志证券交易所 Jianhong Wu 先生的鼎力支持。感谢吴聿衡、邓吉牛、陈强、耿海涛、王锦华、赵进华、程欣、金晔、张喆、万峰、李国成、黄蔚信、熊怡中、张晋阳、贺电、刘光华、杨宗江等，对我们工作的支持。

郑伏虎

2011年8月北京

第二版  
译者序

本书第一版自1997年发行以来，深得广大读者的厚爱，曾占据畅销书排行榜榜首很长时间。本书的第一版更得到了中国出版界的认可，荣获1997年、2001年和2002年中国优秀畅销书奖。

原书作者推出的第二版，除了更正了第一版中的错误，主要在第10天中新增了“法律”一节，对美国的法律体系做了简明扼要的总结。结合我们多年的工作经验，作者对这一内容的总结是相当精辟的。另外，作者也增补了以下一些内容：

- 美国最新管理咨询理论。
- 互联网、防火墙、超文本标记语言等新概念。
- 新近美国大学MBA排行榜。

在第二版中，我们除了增加更正了上述内容，也相应地更正了以前中文版中的一些错误，并将漫画的标题和每章后需要掌握的词语译成了中文。在此，我们向提供支持和帮助的张喆、程欣、姜勇、戴路、郭鹏、丁宇、裘挹红、武晓宇以及指出书中错误并提出宝贵建议的读者，致以最诚挚的感谢。

本书新版的修订，由郑伏虎完成。

郑伏虎

2004年6月于北京

《MBA十日读》(The Ten-day MBA)是作者史蒂文·西尔比格(Steven Silbiger)根据自己攻读MBA期间的学习笔记、美国著名商学院的教材及相关著作、毕业前后的实际工作经验和体会写成的。初读本书原著,我们就被该书内容的可读性、趣味性、实用性以及作者独特的写作风格所吸引。本书内容涵盖了美国著名商学院MBA主要课程之精华,为读者提供了较为清晰的总体概念框架。原书现已译成7种文字,在全球各地发行。在此,我们郑重地将本书的中文译本献给大家。

我们深信,无论你从事什么职业,读过本书后,必深感眼界大开,获益匪浅。当然,谁也不可能只靠阅读本书,就能成为工商管理的行家。本书所能起到的关键作用,是使读者避免在工作中犯愚蠢的错误,并激发进一步学习的兴趣。

书中各章内容并非按照严密的逻辑顺序排列。阅读本书时,你不必拘泥于逐章学习,可以先从自己感兴趣或实际需要的内容看起。例如,从未接触过经济学的读者,不妨先读第8天“经济学”,这样,你不仅能够掌握经济学研究的内容,还可以了解美国从事经济研究分析的专门机构以及美国跨国公

司的经济分析部门，是如何研究、预测国家经济发展的；财务工作者可先读第3天“会计”，这样，你可以从一个全新的角度了解会计概念；管理工作者可先读“组织行为”或“战略”等。

翻译本书时，我们力求保持原书风格，同时考虑到读者知识面广、有一定的英语基础，因此，原著中某些公司名、插图、图表出处、每章最后的“Key Takeaways”，即需要掌握的重要词语，以及附录，仅照附英文，未予译出。如此，平添些情趣，也使读者通过自己翻译，加深记忆。

感谢中国国际信托投资公司王军董事长为本书作序。

感谢中国国际信托投资公司秦晓总经理向我们推荐本书，并审校译文。

在翻译本书的过程中，我们得到了吴畏先生，美国波士顿顾问公司（BCG）的 Vivian Zheng 女士以及程欣、梁平信、金晔、吕锋、黄蔚信、熊怡中、田瑶、崔莹、居伟民、高筱苏、龙凌云等许多朋友的支持和帮助，谢谢！

本书得到中信出版社领导和同人们的大力支持，责编何培慧先生付出了辛勤的劳动，在此谨表深深谢意。

本书由郑伏虎译前言及第2、3、5、6、7、8天，曹建海译第1、4天，杨兰伏译第9、10天，郑伏虎统校全书。

因时间仓促，不妥之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见。

译 者

1997年2月于北京



## 前言

我取得工商管理硕士（MBA）学位以来，得以有机会回顾一生中  
最让我精疲力竭，也最充实的两年学校生活。我在翻阅自己的笔记时，意识到美国 MBA 教育课程的基本内容实际上非常简洁，应该也比较容易让更多的读者理解。我的努力得到了大家的认可，因为自本书第一版出版发行以来，已经拥有了广泛的读者群，大家已经将学到的工商管理知识应用到了日常工作中。这本书不仅在美国受到了读者的青睐，同时也受到其他国家读者的欢迎，目前已有多种文字的版本。许多医生、律师、商务工作者以及有志攻读 MBA 学位的朋友们，都有兴趣了解商学院到底教授哪些内容。这本书回答了你们的疑问，而且能够真正深入浅出地解答你们的问题。正在攻读 MBA 学位的同学给我写信，告知他们用这本书作为考前复习资料。读了本书后，许多读者说话办事也神似真正的 MBA 了，还有培训机构采用本书设计了高管 MBA 培训班。事实证明，这本书对你肯定是有用的。《MBA 十日读》是为心急的读者写的，大家可以不必丢掉两年的工资收入就能掌握 MBA 应具备的基本知识，而且还省去拖欠 17.5 万美元学杂费的烦恼。

想攻读 MBA 学位的人，可以利用这本书判断一下两年的学习投资是否值得；即将在商学院学习的人，也可以为今后迎接学业上的竞争做好充分的心

理准备；缺乏资金或时间的读者，也可以只用1%的成本，学到通常花2万美元学费上MBA才能掌握的主要概念。当然，令人遗憾的是，本书无法向你提供那种只有通过在校里同窗学习，同学和老师之间方能建立起来的友谊和长久的业务联系。虽然如此，本书仍能让你了解到MBA精英们之所以成功的许多技巧。

《MBA十日读》一书从美国从事MBA教学的高校中，总结了前10所商学院课程内容的精华。正如大家所料，从表面上看，排行在前10名中的商学院把课程安排得颇为深奥并且特色鲜明，因此，各商学院多少都笼罩着些神秘色彩。各大公司花费成千上万的钱选送高级管理人员去商学院学习数日，以期从中吸取知识的甘泉。我想告诉大家，我不仅用一生中两年的时间从中吸取了甘泉，还体验了只有身处其中才有的甘苦。

实际上，哪些院校应该包括在美国的前10名之内，一直是大家争论的话题。前10名是指从全美公认的前15所高校中，采取轮流坐庄的方式，交替着排出前十名。各院校之所以出类拔萃，是由于各自拥有着大量的入学申请表、广泛活跃的校友联系网、众多雇主来校招聘毕业生，以及毕业后高得惊人的起薪。前10名商学院均要求申请人具备至少两年的工作经验。在课堂分组讨论时，有工作经验的学生能为之增色不少。坦率地说，我从有工作经验的同学那里学到了不少东西。

美国的前10名商学院，并不是指它们能提供最佳的教学、设施或者课程内容。在决定它们各自的地位时，“声望”起了关键的作用。在许多专门评价这些学院的专著中，你可以找到涉及这些学院“声望”的许多内幕。由于受读者欢迎，许多报刊杂志都发布学院排名。2010年美国彭博《商业周刊》(*Business Week*)的抽样调查表明，美国高校毕业生对商学院满意程度评出的得分顺序是：斯坦福、西北、宾夕法尼亚、麻省理工学院和芝加哥。而按用人单位对学校的评估排名，则是另外一种情况：哈佛、西北、密歇根和宾夕法尼亚。

我写此书的目的，侧重于将 MBA 高深课程的内容实质清晰准确地介绍给大家。这种做法只有 MBA 能做到，而专攻学术的人士是不敢如此大胆的。在介绍主要概念时，我多用实例加以说明，突出重点，并尽量注意总结。在剖析了曾一度使我跋涉其中的篇幅既长又刻意夸张的学术性资料之后，显然，本书仅仅包括了深藏于我的 32 捆案例、课程资料、笔记和课程更新、增补内容中的智慧之经典。

我本人无意推销或宣传书中任何一派的经济理论。因此，也就没有在本书中重复罗列那些大多数商务书籍中热衷的、占去 200 多页篇幅以解释原理的通常做法。我用简洁的段落使最重要的概念具体化，这样你就可以在不失去兴趣的前提下学习并记住这些原理。

通过和沃顿、哈佛、西北及其他名列前茅的学校的毕业生交谈，我感觉到各大院校教授 MBA 课程所选用的作料是一样的，不同之处却是细微的。

按美国 MBA 课程的基本内容，可将之归纳为 9 门课。有些学院费尽心思对各门课程冠以很神气的名字。其实，最普通的名称是：

营销 (Marketing)

商业道德 (Ethics)

会计 (Accounting)

组织行为 (Organizational Behavior)

数量分析 (Quantitative Analysis)

金融 (Finance)

经营 (Operations)

经济学 (Economics)

战略 (Strategy)

这些课程内容的综合性，使之显得颇具价值。例如，拿一位有 MBA 学位负责新产品销售的经理来说，她不仅能从销售产品方面感觉到商业竞争带来

的挑战，还能意识到并及时处理她所负责的新产品在资金和制造上出现的问题。这种协调性和具备多种应变能力素质的培养，是本科商业教学中通常忽略的。我认为，通过这本书，你可以体验并在学习中掌握美国最好的商学院 MBA 课程的综合性知识。

MBA 们聚会时，大家确有用 MBA 术语进行交流的倾向。我们使用缩写词，诸如 NPV（净现值）、SPC（统计过程控制）、CRM（客户关系管理），其实不过是为自己能拿到很高的工资和很快得到提拔找个幌子。我说，你可千万别被吓着了。MBA 的术语是很容易掌握的，只要坚持阅读本书，你很快就会像美国的 MBA 一样思考、表达。

我写此书是想让你了解目前美国前几所高校正在教授的最重要的 MBA 理论和工具，并在学习的过程中，逐渐具备 MBA 的思维方式。读罢此书，请将书后的证书填上你的名字。这是你的学业成绩，你应该骄傲地摆出来，让朋友们好好看看。

史蒂文·西尔比格



下面是近期 MBA 商学院的排行。虽然排行名次每年均有变动，但上榜的学校基本上没有什么变化。学校后面括号中的名字，是为了纪念该学院的创始人或者主要出资人。21 世纪以来，更多美国之外的商学院榜上有名。

## ))) 两年制 MBA 学位院校

### 《美国新闻与世界报道》2011 年商学院排行

(综合学术水平、雇主、入学标准和就业情况分析)

1. 斯坦福 (Stanford)
2. 哈佛 (Harvard)
3. 麻省理工学院 (斯隆) (MIT, Sloan)
3. 宾夕法尼亚 [Pennsylvania, 沃顿 (Wharton)]
5. 西北 (凯洛格) (Northwestern, Kellogg)
5. 芝加哥 (Chicago)

7. 达特茅斯 (塔克) (Dartmouth, Tuck)
7. 伯克利 (哈斯) (Berkeley, Haas)
9. 哥伦比亚 (Columbia)
10. 纽约大学 (斯特恩) (NYU, Stern)
10. 耶鲁 (Yale)
12. 杜克 (富卡) (Duke, Fuqua)
13. 弗吉尼亚 (达顿) (Virginia, Darden)
14. 加州大学洛杉矶分校 (安德森) (UCLA, Anderson)
14. 密歇根 (罗斯) (Michigan, Ross)

## 《商业周刊》2010年商学院排行

(学员情况和对学生满意度调查)

### 美国商学院

1. 芝加哥
2. 哈佛
3. 宾夕法尼亚
4. 西北
5. 斯坦福
6. 杜克
7. 密歇根
8. 伯克利
9. 哥伦比亚
10. 麻省理工学院
11. 弗吉尼亚
12. 南卫理公会大学 COX 商学院 (SMU, COX)
13. 康奈尔

14. 达特茅斯 (塔克)
15. 卡内基 - 梅隆 (泰博) (Carnegie Mellon, Tepper)

### 国际商学院

1. 法国欧洲工商管理学院 (INSEAD)
2. 加拿大皇后大学 (Queen's University)
3. 西班牙 IE 商学院 (IE Business School, Spain)
4. 西班牙高等管理学院 (ESADE)
5. 伦敦商学院 (London Business School)
6. 西安大略大学毅伟商学院 (Western Ontario, Ivey)
7. 瑞士国际管理学院 (IMD)
8. 多伦多大学罗特曼管理学院 (Rotman)
9. 加拿大约克大学斯古里克商学院 (York, Schulich)
10. 剑桥大学贾吉管理学院 (Cambridge, Judge)

## 《福布斯》2011 年商学院排行

(综合 5 年 MBA 学院毕业后收入情况扣除学费)

### 美国商学院

1. 哈佛
2. 斯坦福
3. 芝加哥
4. 宾夕法尼亚
5. 哥伦比亚
6. 达特茅斯
7. 西北
8. 康奈尔

9. 弗吉尼亚
10. 麻省理工学院
11. 耶鲁
12. 杜克
13. 伯克利
14. 密歇根
15. 杨百翰 (Brigham Young)

### 《华尔街日报》2007年9月商学院排行

(针对雇主调查)

1. 达特茅斯
2. 伯克利
3. 哥伦比亚
4. 麻省理工学院
5. 卡内基-梅隆
6. 北卡罗来纳
7. 密歇根
8. 耶鲁
9. 芝加哥
10. 弗吉尼亚
11. 宾夕法尼亚
12. 西北
13. 杜克
14. 哈佛
15. 加州大学洛杉矶分校



## 国际商学院

1. 西班牙高等管理学院 (ESADE)
2. 瑞士国际管理学院 (IMD)
3. 伦敦商学院
4. 墨西哥 IPADE 商学院
5. 美国麻省理工学院
6. 哥伦比亚
7. 法国高等经济商学院 (ESSEC)
8. 墨西哥 EGADE 商学院
9. 巴黎高等管理学院 (HEC)
10. 美国雷鸟管理学院 [Thunderbird (Garvin)]

## 《商业周刊》2010年商学院排行

(学生满意度调查)

1. 弗吉尼亚
2. 芝加哥
3. 麻省理工学院
4. 伯克利
5. 哈佛
6. 西北
7. 斯坦福
8. 康奈尔
9. 巴黎高等商学院
10. 哥伦比亚