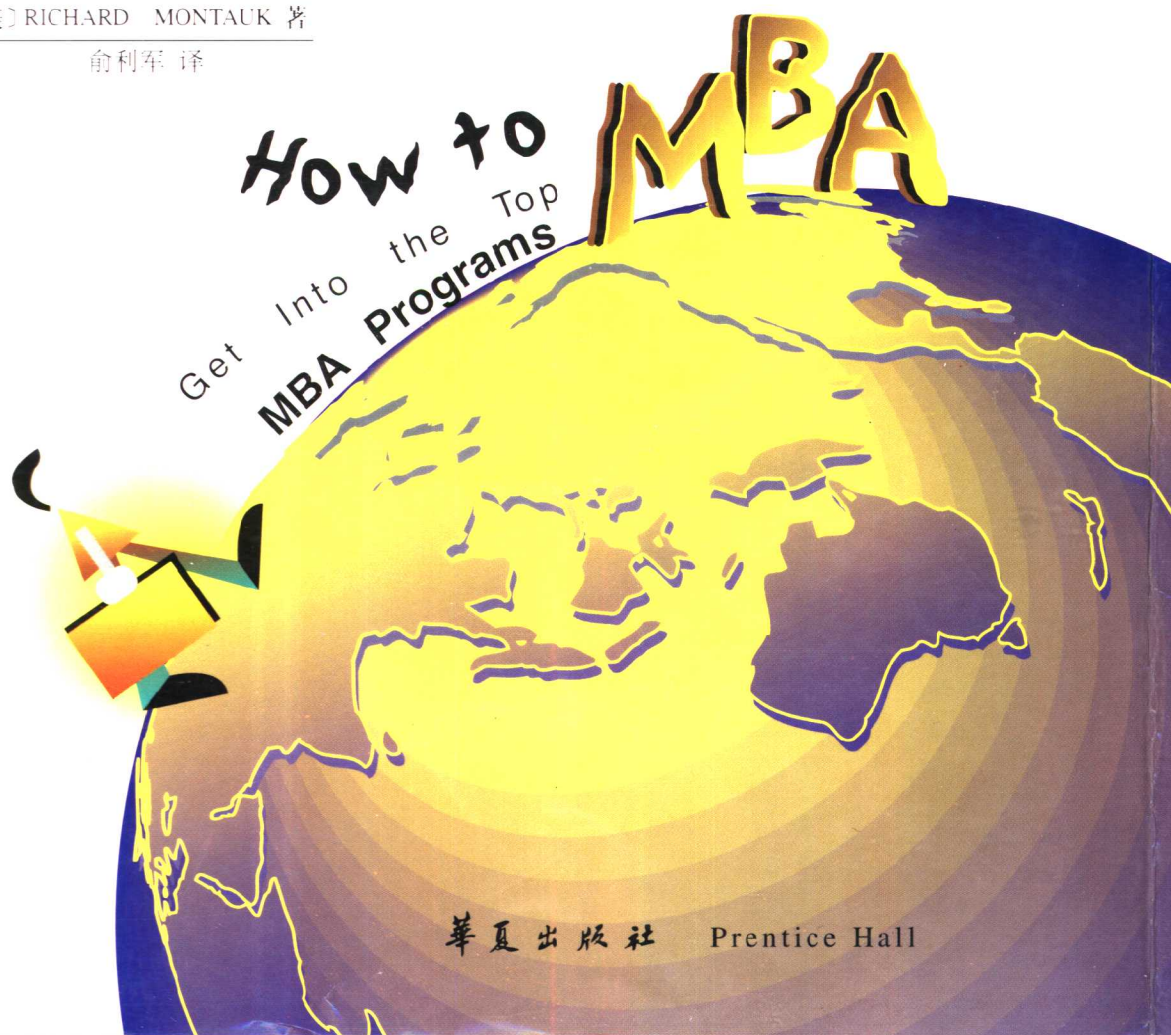


如何跨入顶级 MBA 之门

〔美〕RICHARD MONTAUK 著

俞利军 译



华夏出版社 Prentice Hall

如何跨入顶级MBA之门

〔美〕 Richard Montauk 著

俞利军 译

Copyright © 1997 by Prentice-Hall

Chinese Edition © Huaxia Publishing House 1999

根据美国 Prentice-Hall 1997 年版本译出

图书在版编目(CIP)数据

如何跨入顶级 MBA 之门/(美)蒙托克(Montauk. R.)著;俞利军译.

- 北京:华夏出版社,1999.12

ISBN 7-5080-2065-0/F.107

I. 如… II. ①蒙… ②俞… III. 企业管理-高等学校-国外-指南

IV. G649.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 73670 号

如何跨入顶级 MBA 之门(第一版)

[美] 理查德·蒙托克 著

俞利军 译

策 划: 刘 力 陆 瑜

责任编辑: 许云翀

封面设计: 阿 东

出版者: 华夏出版社(北京市东直门外香河园北里 4 号)

邮编: 100028, 电话: 64663331 转)

印 刷 者: 北京房山区先锋印刷厂

经 销 者: 新华书店

开 本: 730×988 毫米 16 开

字 数: 543 千字

版 次: 2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5080-2065-0

定 价: 58.00 元

这本指南内容全面,编排精当,对 MBA 申请者来说弥足珍贵。它涵盖面广,针对性强,而且使用方便。

Judith A. Goodman, Assistant Dean, Admissions and Student Services
University of Michigan Business School

虽说没有哪本书可以大言不惭地声称能真正回答“我如何才能进入自己中意的商学院”这个问题,理查德·蒙托克的这本书却能做到八九不离十。

Henry F. Malin, Director of Admissions
The Amos Tuck School, Dartmouth College

适合当前,全面翔实。蒙托克涵盖了入学申请全过程的每一个侧面。本书对每一位 MBA 申请者来说,都是一个宝库。

Fran Forbes, Director of Admissions, Graduate School of Business
The University of Texas (Austin)

有赖于广泛深入的调研,丰富的咨询经验,理查德撰写的这本书内容充实,面面俱到,是任何有意于 MBA 学位者的无价之宝。

Connie Tai, Director of Admissions
Rotterdam School of Management

理查德·蒙托克就如何选择并进入名牌商学院写出了一本最为详尽、最富洞见的书。该书对从事这一至关重要的双向选择的人来说,具有极大的价值。

Professor Leo Murray, Dean, Cranfield School of Management (UK)

本书就像一位足智多谋的向导,帮助你在申请 MBA 的重重迷雾中找到正确的道路。

Kal Denzel, Director of MBA Admissions, IMD (Switzerland)

本书的副标题可以写作“轻松十讲,助你进入你首选的商学院”。本书或许无法提高你的素质,但他肯定有助于你改进自我营销,自我广告,以及自我包装。这本书既让人感到趣味盎然,又让人叹为观止:就如何进

入你最想进入的商学院而言,本书的好建议多得领人叹为观止,而读起来又趣味盎然。

Gabriella Aliatis, Director of Admissions
SDA Bocconi School of Management (Milan)

《如何跨入顶级 MBA 之门》绝妙地描述了申请进入美国及欧洲顶级商学院错综复杂的过程,形式直截了当,阅读轻松自然。

Mary Clark, Assistant Director of Admissions, IESE (Barcelona)

跨入顶级 MBA 之门并非像绝大多数人想的那么困难——你所需要的全部,就是《如何跨入顶级 MBA 之门》这本书。蒙托克的书提供了你所需的策略和建议,是你成功必需的指针。大到面试对策,小至写作论文的详细建议,所有的一切均以简洁、轻松的语言写成。除非你的母亲富得打算捐献一个图书馆,或者你的舅舅在《福布斯》杂志世界首富榜上有名,否则我还是建议你买这本书来读一读。

Tom Fischgrund, editor of
The Insider's Guide to the Top 10 Business Schools

攻读一个全日制的 MBA 学位需要两年的时间,而且学费加上损失的收入通常超过 100,000 美元。理查德·蒙托克提供了内行的建议,他以一个熟知内情者的身份,告诉你如何成功地驾御申请进入最佳商学院棘手的全过程,以取得你的投资的最大回报。出色地申请入学的各种秘诀,尤其是书面短文写作及与招生人员的个人面试,实在是价值连城。如果你真的有意申请某一所顶级商学院,就先买这本书吧。

Ronald N. Yeaple, Ph.D., author of *The MBA Advantage:*
Why It Pays to Get an MBA

译者序

1 1992年盛夏,友人邀我在中国人民大学办起了北京第一家智谋考试(GMAT)辅导班,我负责讲授逻辑推理(Critical Reasoning)部分。开学第一天晚上我准时赶到了大教室,看到里面挤满了汗涔涔的脸,这时进来两个呆头呆脑的中年人,一看便是有学问的,一问原来都是经济学博士。

我当时感到有点困惑:两位人到中年的博士怎么还想拿MBA呢?因为马上就要讲课,我就没有细想。7年过去了,因为忙于许多别的事,我已很少关心GMAT的事,但对那两位头发稀疏的博士的举动似乎越来越明白了。

11月21日,中欧国际工商学院北京首席代表马遇生先生请我给他们的学员辅导GMAT。班上的学员一大半已经30出头,有的甚至过了不惑之年,其中有好几位大中型国有企业、进出口公司的总经理,却还报考这里的EMBA。学员中一位私营企业的董事长给我的印象最深,自己掏17万学费不说,30好几的人放下自己的公司不管重新回到课堂,这样的决策不大可能是一时冲动的结果。

几天前,我的一位同龄的朋友给我打电话,说他在我校参加的在职MBA考前辅导班已经结束,接下来就是考试了。我听了很高兴:他再不用每天下课后骑车往荒郊外的家赶一个多小时的夜路了。这位朋友是国务院的一位处长,他妻子见他又上班又上课煞是辛苦,曾劝他别考经贸大学的在职MBA了:“我可不指望你当总经理,你还是争取当总理吧。”

前天我接连收到了两个电话,一个是我去年国际营销课班上的学生,这位刚在国家开发银行上了几个月班的小姐,在电话里告

诉我她正在申请去美国攻读 MBA,问我是否愿意为她写推荐信。另一个电话来自本书的责任编辑许云翀,他在电话里理直气壮地催稿:“这样的好书,您还是赶一赶吧。”他又补充道:“我在编辑译稿时,竟按捺不住也想考 MBA 了。”我突然觉得我周围的人似乎都希望获得 MBA 学位,就不免有些伤感:我也不是 MBA 啊。

我告诉许云翀,稿子已看完了,只剩译者序还未写。他说,那好,我后天来取。

今天一大早我便打开了电脑,可是我在写字桌前坐了将近一小时还是不知道从何写起,眼看快 8 点了,于是我只好去上课。上午我上了 4 节课,下午开了一个会,晚上我心血来潮自己做了一顿饭,吃饭时我看了几眼电视,接着到对面商场买了一盒烟,我一边抽烟一边想,离明天交稿的 deadline 没多少时间了,一寸光阴一寸金,我得赶紧写了。我接连抽了 4 支烟,接了两个电话,这中间我到操场跑了 6 圈,然后我开始翻阅译稿,希望从中找到点灵感。我随手改正了少数几个打印错误,其中一个为政治性错误:“易如反掌”被误打成“易如反党”;另一个是生活错误:“学生和教员两个群体相互交往”中的“交往”误打为“交尾”。我不禁一乐,键盘就有节奏地响起来了……

我很高兴这部译著就要出版了。中国的 MBA 教学起步相当晚(90 年才开始),但发展势头十分强劲,单是我校管理学院的 EMBA 学员就已逾千人(我的朋友张建平副院长告诉我,他们今年招了一位 70 多岁的老太太)。本译著中有关欧美各商科院校 MBA 的办学模式、招生程序、课程结构、教学方法、培养目标等方面的大量资讯,实不失为我国教育工作者的宝贵参考。

本书的其他译者是:吴爱华、赵晴和张伟民。在此,谨向他们表示由衷的感谢。我还要感谢的是华夏出版社副社长刘力先生,他亲自为本书确定了别具一格的版式。责任编辑许云翀先生勤勉有加,编辑能力卓尔不群。

我的这篇《译者序》就要结束了,我摸了一下头发,发觉又少了几根,想起 7 年前 GMAT 班上的两位半秃博士,我只想对有志于攻读 MBA 的读者说最后一句话——莫等闲,秃了少年头!

俞利军

对外经济贸易大学

1999 年 12 月 3 日

前言

每年大约有一百万人认真考虑申请 MBA 专业,真正申请的有几十万。这些人并非都瞄准了世界上最好的商学院,但是他们中的大多数确实想进入他们能够进入的最好的商学院。这些人是你的竞争对手,你欲进入想进的商学院,他们却挡了你的道。战胜这些竞争对手,尽可能地扩大自己进入顶级商学院的机会,这正是本公司的使命。

数年来,美国教育股份有限公司(Education U.S.A.)一直致力于帮助人们进入顶级 MBA 专业的事业,这些人都进入了比他们实际期望要好的商学院。本书也能起到这样的作用。写作《如何跨入顶级 MBA 之门》的目的,是向你提供从别处根本无法得到的资讯和建议:

- 知情人谈名牌商学院对申请人素质的要求(根据与二、三十位招生官员的面谈以及我们自己丰富的经验)
- 可靠、详细的意见,助你评估和提升你自身的资格
- 循序渐进地指导你完成入学申请的全过程,告诉你:
 - 如何选对学院
 - 如何决定最佳的营销策略
 - 如何撰写高质量的短文,取得最佳的影响力
 - 如何挑选,然后如何操纵你的推荐人
 - 面试时期待什么,如何劝说面试官相信你具备应有的资格
- 一旦被许可入学,你将学习怎样最好地为进入商学院作准备,并且从 MBA 专业中取得最大的收获。

■ 怎样才能做到书尽其用

□ 取得顶级 MBA 学位,最难莫过于跨入顶级商学院之门

世界各顶级商学院的招办主任均承认,要想取得他们学院的 MBA 学位,最难的莫过于入围。修完名牌商学院的学业也许非常艰难,但我们得承认,入学者中 99% 的人获得了学位。然而在斯坦福这样的商学院,申请者中只有 10% ~ 12% 的人被录取。哈佛商学院每年寄出 50,000 份申请材料,只有 5,000 ~ 6,000 人才胆敢提出申请,这些人中大约仅有 1/7 的人才跻身入内。因此,每 100 名有意申请哈佛商学院者中,仅有一或两人被录取。

进入这些名牌商学院如此困难的原因是显而易见的。顶级商学院的 MBA 学位价值连城。在以后的章节中会谈到,平均说来,顶级商学院毕业生挣的工资,是不太著名商学院毕业生的两倍或更高。在美国(在欧洲也一样),顶级商学院毕业生的收入,即使跟排名前几十的商学院的毕业生的收入相比,都有明显的差别。多挣钱并非事情的全部。顶级商学院的 MBA 文凭还可带来更多的职业选择机会,更大的工作保障,更快的晋升提职,更有趣的工作,更高的地位,以及许多别的好处。因此,那么多的人对顶级商学院趋之若鹜也就不足为怪了。

■ 美国教育股份有限公司的辉煌成就

鄙人的公司,美国教育股份有限公司,数年来已帮助成千上万名申请人跻身世界顶级商学院的行列。各种个人、大学甚至商务主管协会都曾经聘请本公司帮助他们或其成员进行营销。他们往往是在未能进入理想中的学校,或者是在认识到他们对申请全过程缺乏了解很难获得申请成功后,才求助于我们的。在我们的帮助下,他们中的许多人已经进入了世界上各种最佳的商学院。事实上,他们包括我们,一致认为本公司的帮助使他们进入的商学院比他们应该或经他们自己的努力能够进入的商学院要高出两个“等级”。换句话说,那些原先只能进入美国排行前 50 名商学院的

人进入了前 10 名的学院,而原先只能进入前 25 名商学院的人进入了前 5 名的商学院。

《如何跨入顶级 MBA 之门》是我们以往客户工作的延续。事实上,我们坚信,要想进入顶级商学院,本书提供的战略洞见和入学程序方面的详细指南是不可或缺的。尽管本书是为那些希望通过自身的努力进入尽可能好的商学院的人设计的,它同时也为我们客户中想进一步与我们美国教育股份有限公司合作的人提供了一个基础。

进入更好的学校

写作本书的目的,是帮助申请人进入尽可能好的学校。各所大学均希望自己的研究生将来成为功成名就的公司(以及非营利机构)的主管、政府领导和企业家。要找到这些千里马,需要分析评估许多信息。有些是客观可定性的,如管理研究生入学考试(GMAT)成绩,而大多数则不然,如申请人将来想有何作为。申请人的客观材料,可以称作申请人的资格,不言而喻很重要。但是,申请人的主观材料最终更为重要。

斯坦福可以将来自世界各地名牌大学的申请人充塞各大教室,这些人毕业成绩名列班级的前 10%,GMAT 的成绩在 650 以上,曾经效力于世界著名的咨询公司和投资银行。斯坦福当然接收了一些符合这些条件的人,但是它实际上将更多这样的人拒之门外。原因是各大学不单看重申请人不同寻常的个人简历,它们还要权衡更多的因素。

各学校招收的是有血有肉的人,而非个人简历。比如哈佛想要招收的是“具有高层管理潜能”的人,这跟取得 GMAT 高分不可同日而语。各商学院寻找的是领导人才——这些人具有协作精神,希冀有所作为,并对自己的职业发展道路进行过细致的思考。在一定的基本条件以外,各大商学院将看重平均成绩(grade point average)或 GMAT 成绩以外的更多内容,因为这些成绩根本无法预测一个人的领导才能,协作精神,以及别的至关重要的技能。

商学院确实考虑具有客观性的资格,但仅仅将其看作某个人全貌的一部分。它们综合所得到的全部信息,包括申请人写的短文,应它们的要求寄出的推荐信,以及申请面试结果,以便确定某

人是否会成为成功的商界领袖、企业家或别的什么。

达顿(Darden)商学院的招办主任扬·米吉博(Jon Megibow)简洁明了地说道:“我们坚定不移地认为,个人的素质比学业成绩和资格证书要重要得多。我们要找的是在一大堆资格证书以外,在许多技术或专业技能以外,还具有别的素质的人。把握个人素质的唯一途径是对申请人进行面试,阅读他们的短文以弄清他们是否是多才多艺的人,再有就是审阅推荐信。一个取向单一的人,不管他的成绩有多高,他的证书有多好,是不会成为成功的总经理的。”

事实上,短文、推荐信以及面试对招生单位具有双重的作用。它们不但确实可以显示领导才能和其他素质,而且还可以告诉招生单位如何诠释那些所谓的客观数据。3.5分(满分为4分)的平均成绩在不同情况下,实质是不一样的。假如某位学生每周要工作30小时,工作强度又很大,这样的成绩就相当不错了。同样地,要是那人是很有天分的数学高手,但他却肯花大工夫学习去提高自己薄弱的写作,3.5分的平均成绩也很可以了。撇开工作经验或理想不谈,招生单位知道解释某人的平均成绩的唯一正确方法是申请人(以及申请人的推荐人)对此有何解释。换句话说,短文、推荐信以及面试不但提供了新的信息而且“框定”了客观数据。

《如何跨入顶级 MBA 之门》告诉你,如何以最佳的方式出示资格证明取得最大的价值。本书以多种方式做到这一点:

- 它告诉你名牌商学院对申请人有什么样的要求,它们究竟又是如何理解申请人材料的不同部分的。
- 它向你解释招生程序的性质,包括告诉你由谁评估你的申请,最终决定是如何作出的。
- 它向你解释并举例说明,你如何才能(并应当)凭借你的申请短文、推荐信和面试来改进自身的营销努力,增加你进入最想上的学校的机会。

警示:切勿照抄本书示例

讲解商学院招生过程是如何运作的,建议你应当如何进行自我营销,本人无意于让你寻找对你和其他任何阅读本书的人来说都是完美无缺的、魔法无边的申请办法。没有哪一种申请办法是适合所有申请人的。相反,本书的写作目的,是让你了解并向你提供一些示例,以便你设计出最能展示自己的申请办法。当你浏览不同人的申请示例时,注意它们是如何的迥然不同,就像这些人是如何的千差万别一样。

关键是形成你自身的个人营销战略。营销战略必须具有一致性,因为要是几篇短文互不关联,或者某封推荐信与你的自我陈述相左,那么你的申请就算泡汤了。为了使你的机会极大化,你必须利用每一个机会来表明你是如何的专业,为什么应当录取的是你。

这本书将告诉你如何准备申请,才能使你在所有申请人中显得鹤立鸡群、光彩夺目。它将向你展示申请人所犯的典型错误,以及怎样(和为什么要)避免这些错误。

招办主任们经常注意到,仅有 10%~20% 的申请人自我营销做得不错。这就给了你一个很大的机会,学习如何进行高质量的专业化申请,增加你的入学机会。

哪些人应当阅读本书

这本书的读者对象,是那些想进入他们能够进入的最佳商学院的人。本书全面细致地分析探讨了入学申请的每一个步骤。尽管本书的内容偏重于跨入顶级商学院,坦率地说任何想提高入学竞争力的人,不管想进入什么学校,是否属于顶级 20 名,都会因为了解申请策略而从中受益。

本书并不把你当作申请美国商学院的美国人,尽管情况基本上是这样。书中使用的例子不但包括许多美国人,还包括一些欧洲和别的国家的例子。同样地,所考虑到的商学院既有美国的也有欧洲的。

本书所包含的内容

第 1 篇提供了供你作决策的背景。它解释了为何 MBA 学位如此值钱,考察了哪些学校被看作世界上的顶尖商学院,精确地展示了这些商学院要求它们的研究生具有怎样的素质。本篇还告诉你如何最好地准备申请过程,包括 GMAT 备考,如何挑选最适合你的学院,以及招生程序是如何运作的。本篇最后讨论的是,你怎样才能资助 MBA 的学习。

第 1 章《为何需要取得工商管理硕士(MBA)学位》,解释了取

得,尤其是从名校取得 MBA 的优势。

第2章《MBA 专业类型》,考察了各种不同的项目,包括典型的美国项目和典型的欧洲项目的差别。该章还解释了你应当从商学院经验本身期待得到什么。

第3章《如何使用排行榜》,展示了各种权威机构对美国、欧洲以及世界其他地区顶级商学院的排名。该章解释了排名的依据,告诫人们小心使用这些排行榜,因为各种排行榜所使用的方法都有局限性。

第4章《充分使用各种资格证书》,详细解释了商学院对候选人素质的要求,以及它们是如何根据你的申请确定你在多大程度上具备这些素质的。除了展示商学院所要求的条件外,该章解释了你如何才能增加资格证书,以提高入学机会,即使就在申请前几个月也能做到。其中包括了对如何最好地准备 GMAT 考试的广泛讨论。

第5章《如何选对学校》,展示了如何找到能向你提供你所需类型课程的学校,如鱼得水的环境,以及在潜在雇主中的最佳声誉。该章探讨了公开或不公开出版的资讯来源,它们在你进行决策时将极有帮助。

第6章《入学许可过程》,扼要描述了典型的招生人员的形象,并讲述了在典型的商学院中决策过程是如何运作的。

第7章《资助 MBA 学习》,解释了为取得 MBA 学位所需的融资策略。该章讲述了资助 MBA 学习的主要途径,探讨了解决财务问题的各种选择,透露了有关奖学金与贷款的详细信息的好来源。

第2篇是本书的核心。本篇带你穿越营销策略设计的全过程,告诉你如何使用每一种营销手段——短文、推荐信、面试——以取得最大的优势。它帮你循序渐进地了解申请过程,取得录取机会的最大化。

第8章《自我营销:总的原则》,研究了你如何进行自我描述才能给某个项目带来最大的价值,而带给它的风险(对某个项目失去兴趣或者实际考试通不过)又最小。本章深入分析了招生人员如何对各种不同职业背景的人,不同年龄、国籍及教育背景的人进行基本评估,本章还讲述了每种类型申请人所面临的当务之急。

第9章《理解重要的短文题目》,透彻地分析了 21 种最常用的

短文的每一个问题。讨论了人们所犯的最典型的错误,并建议你如何利用自己的强项,最好地展示自己光彩夺目的一面。第10章《如何写出有说服力的短文》,阐释了招生人员在你的文章中要发现的内容。对那些感到短文写作很困难的人来说,该章描述了在写作高品质的系列短文过程中应做的事情。它还提供了写作简洁有力的短文的注意事项。

第11章《推荐信》,告诉你如何确定谁将是你的最佳推荐人,如何找到他们,将不太热心的人从积极的人中排除出去,以及如何促使他们撰写你所需的内容而不使他们生气。

第12章《面试》,告诉你怎样准备命运攸关的面试。你需要知道:自己作为候选人所具有的优势和劣势,所申请的商学院及专业的性质,以及入学面试时经常会问到的问题。这个部分指引你穿过面试的每一项内容,向你提供处理令人却步的紧张面试和其他艰难的面试形式。

第13章《申请时间表》,给出了一份典型的日程表,涵盖了必须完成的全部任务,从获取有关学校的信息直到索取成绩报告单、撰写短文及递交申请表和财务资助表。

第3篇涉及的是递交申请之后的一个时期,包括如何提前准备以极大地丰富商学院经历。

第14章《对另行通知、拒绝入学及其他失意之事的反应》,解释了怎样处理等待入学,悬而未决和断遭拒绝的情形。本章还探讨了如何向曾经拒绝过你的学校重新提出申请。

第15章《一旦被录取后做些什么》,告诉你如何离职而不留下后遗症。本章接着提供了如何准备进入商学院的详细建议。有太多的人在毫无准备的情况下进入了商学院,因此开头的几个月疲于应付教学计划。但是,听从本章的建议,你就可以从容不迫地从MBA专业教育中获取最大的收益。

第16章《如何从商学院获取最大收益》,提示你如何才能从商学院经历中获取最大的收益。本章提供了富有成效地进行学习、利用社会和职业/工作机会、保持身心健康的诸多建议,这些建议均取材于商学院教学和职业服务主任们的面谈。

本书附录提供了额外的帮助:

短文示例:由入学申请人写给近20所学校的115篇成功的短文示例(超过三打的短文题目)。伴随这些短文的是一些评语,告

诉你每一篇短文到底好在哪里,而对原本已经很好的文章又如何使之锦上添花。这些申请人来自 10 多个不同的领域;60%是美国人,其余的大多数是欧洲人;他们的教育背景从连学士学位都没有到博士学位不等;他们的目的也跟他们的背景一样形形色色。

本附录的前几页以概略性的图表形式向你提供资讯,以便你迅速地找到要找的短文。假如你想看一看申请芝加哥大学的人的例子,这几页会告诉你到那儿去寻找。同样地,如若你想看一看工程师撰写的短文示例,这几页也能告诉你在哪儿能找到。

本书特色

《如何跨入顶级 MBA 之门》透彻地解释了如何才能进入尽可能好的学校。该书引导你通过全过程的每一步,在每一点上告诉你如何设计营销策略。突出的特色包括:

- 20 多位招办主任关于申请过程每一个侧面的建议
- 120 篇真实的申请短文,包括:
 - 成功地申请进入了世界上 18 所顶级大学的申请书
 - 来自各行各业的申请人的申请材料:会计、艺术、银行、营销、咨询、工程及其他
- 就如何撰写具有说服力、能取得最大影响力的短文的详细建议
- 推荐信样本(学术界和工商界的推荐人)
- 就以下问题的切实建议:
 - 如何为你挑选合适的商学院并获得资助
 - 如何为上商学院准备就绪,一旦入学又如何从教学计划中获取最大的好处
- 为使你知道何时该做什么的详尽时间表
- 有关顶级商学院对申请人素质的要求的解释;你怎样才能满足他们的要求

如何真正地从本书获益

使本书价值最大化的关键,是早早开始入学申请的全过程——比你认为必要的还要早。正如第 13 章《申请时间表》所显示的,在你期望开始上课的前一年或更早着手就很理想。及早动手,始终如一地使用本书,能使你以最富成效的方式完成强劲而又令人信服的申请过程。

这本书的结构可以使具有截然不同需要的人均可有效地使用它。有些人想从第一页读到最后一页,但是许多人只想就他们面临的问题深入书中寻求帮助。以下是一些建议,建议你如何根据自己的情况从本书中获取最大的收益:

□ 你现在正处于申请的中途

假如你的申请几周后就要到期,你必须立即阅读本书的几个核心章节,以免铸成大错。第 4 章告诉你商学院将如何评估你的申请,第 8 章告诉你进行自我营销的基本要领,而第 9 章的引论部分告诉你如何考虑短文。你还会想阅读一些对具体问答题的分析,这些问题是你将要回答的。另外,如果你尚未选定推荐人,或者推荐人尚未寄出你的推荐信,阅读一下第 11 章,看一看你怎样能够改进推荐信的内容。在面试以前(可能要等到你提出申请后才会发生),你肯定想阅读第 12 章有关面试的内容。假如你有时间,阅读一下其他几章,或者阅读一下这几章的内容梗概,以便更完整地理解申请过程。第 3 篇涉及的是提出申请后这个时期,在你完成申请之后,这对你来说是重要的阅读部分。

你的一项申请要是一周后到期该怎么办

切莫惊慌!这本书可使你快速处置。在你进一步申请之前,务必先阅读一下每一章的内容概要,并且完整地阅读一下第 8 章。接着查阅一下第 9 章有关的短文题目(目前你正在写作的那些题目),并且通读一下第 10 章有关如何撰写有很强说服力的短文的讨论。同时务必在通知你的推荐人以前,阅读一下第 11 章有关推荐信的内容。

☐ 你将要申请进入商学院时

如果你在今后的几个月内申请进入商学院,或许你想现在就阅读一下每一章的内容概要,获得对申请过程一个大概的了解。另外你还需阅读第4章《充分利用你的各种证书》和第8章《自我营销》,这些内容解释了你在申请时想要展示的基本内容。阅读一下第13章《申请时间表》,确保你不错过重要活动的起始日期。然后,读一读跟你的努力有关的每一章,从第9章和第10章开始,它们将告诉你如何准备短文。

☐ 几年以后你才会提出申请

如果今后的两或三年你不打算申请进入商学院,现在阅读一下第4章《充分利用各种证书》以及第8章《自我营销》。这两章将告诉你,当你仍有机会大幅度地提升自己的资格时,如何为入学做最好的准备。接着阅读第13章《申请时间表》,以便决定何时着手准备过程。然后,你可以阅读每一章的内容概要部分(大约在想上学前15至18个月),以便为申请过程本身作好准备。

总体上讲,某些章节并非与每一个人都相关。譬如,对那些早已经做完研究并且已经决定申请哪些学校的人来说,他们可以欣然跳过第5章《如何选对学校》

☐ 最终的提示:申请过程或许证明为很有帮助(也很痛苦)

许多申请人认为制作成百上千的有关他们的过去的细节,就一些切身的或者模糊的题目撰写几十篇短文,请以前的教授和目前的老板写作推荐信,还要熬过面试是“千刀万剐地死去”(death by a thousand cuts)的现代翻版。他们感到仅仅是查阅学校,搞清楚哪些学校适合自己已经是困难重重,更不要说驾驭数据收集、文书制作、短文写作和时间密集的申请过程了。

如果这是你的观点,请记住不管申请过程会是多么的不完善,它都会迫使申请人认真地思考自己的事业、自己的生活将向何处去以及如何发展。很少有人在一生中的每个时刻这么做过,更不