



如何获得

MBA

摩根·维茨尔 著
(Morgen Witzel)

郑佩芸 译



 上海财经大学出版社

如何获得 MBA

摩根·维茨尔 著
(Morgen Witzel)
郑佩芸 译

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何获得 MBA/(美)维茨尔(Witzel, M.)著;郑佩芸译. —上海:上海财经大学出版社, 2004. 4

书名原文: How to Get a MAB

ISBN 7-81098-117-X/F · 109

I. 如… II. ①摩…②郑… III. 企业管理-研究生教育-教学参考资料 IV. G643

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 012890 号

- ☐ 策 划 黄 磊
- ☐ 责任编辑 黄 磊
- ☐ 封面设计 周卫民
- ☐ 版式设计 陈 琦

RUHE HUODE MBA

如何获得 MBA

摩根·维茨尔 著
(Morgen Witzel)

郑佩芸 译

上海财经大学出版社出版发行

· (上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海译文印刷厂印刷

上海市印刷七厂一分厂装订

2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

890mm×1240mm 1/32 7.375 印张 184 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 20.00 元

图字:09—2003—394 号

How to Get a MBA

Morgen Witzel

© 2000 Morgen Witzel

No part of this book may be reprinted or reproduced or utilised in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, or in any information storage or retrieval system, without permission in writing from the publishers.

All Rights Reserved. Authorised translation from English language edition published by **RoutledgeFalmer, a member of the Taylor & Francis Group.**

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by
SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE AND
ECONOMICS PRESS, Copyright © 2004.

2004 年中文版专有出版权属上海财经大学出版社

版权所有 翻版必究

如何获得 MBA

《如何获得 MBA》是一本短小精炼的学习指导手册。它是为那些想要更多地了解有关 MBA 项目培训的未来的 MBA 学员、刚刚进入商学院的新学员,以及那些想要为将来的经历进行准备的人们编写的。

讨论到的主题包括:

- 如何在团队中工作;
- 在课堂里进行有效的交流;
- 发展并管理人际关系网;
- 阅读并准备一份案例;
- 提交书面材料;
- 设计并实施一个项目;
- 使用图书馆信息资源;
- 在课程结束时找一份工作。

这本书展示了学员们怎样才能从他们的 MBA 经历中得到最大的收益,以及怎样使这份经历在将来为他们服务。

摩根·维茨尔是一位独立撰稿人、编辑和演讲者。他的作品有《商务和管理手册》以及与蒂姆·艾姆伯勒合著的《在中国经商》。

致谢

这本书是多人参与之作,我谨向十年来与我有过交往的各家商学院的教员、职员和学员们表示感谢。他们的名字太多,不胜枚举。不过,在这里我想特别提一下上海中欧国际工商学院的教员和学员们,在我访问期间给予我的特别关照。

乔治·比克斯塔夫和盖伊·哈斯金斯对初稿提出了宝贵的意见,我要向他们两位表示感谢。托马斯·伍德增加了一些最后的建议。玛丽琳·利文斯顿一如既往,是我最大的支持者和帮助者。

然而,需要特别致谢的是负责本书出版的尼娜·斯蒂布,以及同我一起工作,度过了本书漫长写作过程的裘德·波文。他们的信心和支持使此书的成型成为了可能。我同样也要感谢鲁特莱奇的朱莉亚·斯威尔思和安娜·克拉克逊。

最后,我要为精美的插图感谢巴西尔·霍恩。我希望这些插图会带来阅读的愉快,即便是那些对于此书感到不满意的人。

序言

MBA 或许是全世界谈论最多的管理教育形式。尽管它由来已久(第一批 MBA 学位的授予是在 20 世纪的早期),但 MBA 项目仍然受人欢迎并与我们密切相关。很多人对这些项目提出了批评;尽管如此,大公司和越来越多的小公司还是清楚地认识到,MBA 作为职业管理生涯的第一步,是有真正价值的。

本书假定读者已经决定参加 MBA 项目培训,或许已经被一家商学院录取;事实上,MBA 项目也许已经开始。很明显,根据读者所参加项目的不同,本书的某些部分会或多或少地相互关联,但它同等地针对着全日制、定时制、在职的和远程学习的 MBA 学员。

第一个重要的观点是,要取得一个 MBA 学位,并非只有一条路。这里没有通向成功的路线图,任何一位管理者未来的职业生涯里(或余生中)也不会有——虽然我们常常假设有可能会存在。

一旦我们开始考虑 MBA 项目本身,任何认为应当有这样一种简单的解决方案的想法都必须立即被抛弃。尽管它们经常有十分类似的课程和目标,但各种 MBA 项目绝不是一模一样的。许多项目在目标、理念和教学/传授方法上存在着差别。但更重要的是,MBA 学员们是一个非常多样的群体。在任何一所知名的商学院的校园里行走,你总会遇见来自不同国家、背景和职业的人们。

仅仅一个 MBA 的学位就足够为学位的持有者确保玫瑰般的人生——处在一家大公司的顶层,拥有一份高薪和一副得意洋洋的派头——这样的日子一去不复返了(如果它们曾经存在

过的话)。确实,许多 MBA 学员一毕业就得到了这样的工作。但其他人却不是这样。MBA 这个称呼已经不再有它们 30 年前所具有的吸引力。招聘人员不再把 MBA 学位本身当作质量的保证。他们寻找许多其他的因素以资证明,这包括:

- 授予学位的学院;
- 该毕业生正在参加或者已经参加过的项目;
- 项目培训期间毕业生已获得的实践经验;

最后,还有最重要的一项:

- 毕业生的个人素质,包括项目培训期间个人发展状况的证明。

越来越多的情况是,各公司在大处关注的是该所学院的质量,在小处关注的则是 MBA 毕业生本人及其素质。换言之,他们不是在寻找 MBA 学位,而是在寻找个人所拥有的素质。

● 殊途回归

20 世纪 80 年代和 90 年代期间,出现了各种名目繁多的 MBA 项目培训模式:全日制、定时制,白天的和夜间的,函授 MBA,在职 MBA(这方面存在着至少十几种名称),专门从事金融、营销、信息管理或者其他商务领域的 MBA,专门针对欧洲或亚洲业务的 MBA,等等。这一切其实只是为达到同一个目标的各种教授方式。

我应在一开始就说明,这里所讨论的问题是影响全体 MBA 学员的问题,无论他们参加的是哪种项目。理想的成品——一个充满自信心、有能力承担起高级管理重任的能干的人——仍然是一样的。

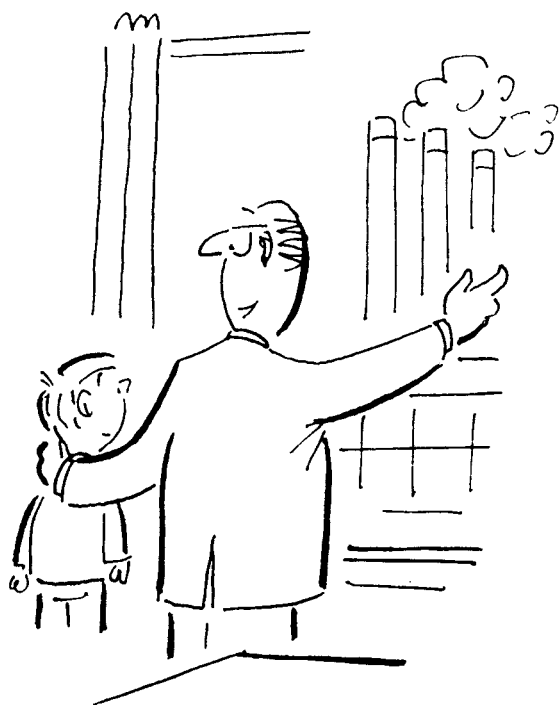
因此,MBA 学位的获得最终关系到你自身的发展以及个人素质和管理能力的提高。无论学员是希望换工作或者改行,在一家他们已经为其工作的公司里寻求升迁,还是自立门户、创办企业,这一观点都同样适用。这样,《如何获得 MBA》就是一本启发学员们如何使 MBA 经历的价值最大化的书。

MBA 是一生只有一次的经历。就金钱和时间而言,它是,或者可能是非常昂贵的。对于多数参与这样的项目的人们来说,它是改变生活的一次经历。虽然课堂学习非常重要,然而,为了使 MBA 的价值最大化,学员们需要放眼课堂学习的基本内容以外的东西,并考虑这样的一些问题,譬如:

- 获取实际经验;
- 发展人际关系网;
- 培养人际交流和沟通技巧;
- 拓宽个人的视野;
- 学会如何学习。

获取一个 MBA,不是为了学位本身,而是为了这种经历,当前这种重要性日益彰显。当课程结束时,悬挂在你墙上的那张毕业证书不过是一张纸片;而留在你脑子里的东西,才是 MBA 项目带给你的最重要的财富。本书引出的最重要的概念之一,即是首先作为一种学习经历的 MBA 的概念。MBA 的重要收益所包括的不只是一个人在攻读期间所汲取的知识,更有与此相伴的必需的学习技巧。这两者融于同一个系统之中,我们在这里称之为知识管理。

MBA 的学习经历只有一次。你不会再参加同样的 MBA 培训,这恰如人不能两次踏进同一条河流。你可能永远不会再有这一学习的机会——尽管,如我们在本书后面的章节所讨论的那样,MBA 只是终生学习过程当中的第一步,它是一种系统化的学习经历。你在这里所获得的观念和技能



儿子，等有一天你读完 MBA，
这一切都将是你的！

今后将永远影响你个人生活和你的职业生涯。

这是一本高度个人化和主观性的书,可是我不打算为此道歉。本书的诞生源于一种深切的信念,这种信念把 MBA 看做管理天才的孵化器;同时,也源于一种几乎类似的观点,认为在踏上 MBA 征途的人们中,某一些人并不总能从这种经历中提炼出可能有的最大价值。天才不应当被浪费;对于这个世界而言,天才作为一种资源的缺失性,犹如甘露之于荒漠戈壁。即使本书只能够有助于很少的一些人带着更高超的技艺和能力从 MBA 项目中崛起,并由此胜过他们通过其他途径可能取得的成绩,那么本书的目的就算达到了。

目 录

第一章 学会如何学习

- 1.1 教育和服务过程 4
- 1.2 树立和界定目标 5
- 1.3 核心收益 7
- 1.4 收益最大化 8
- 1.5 MBA 的资源为本论 12
- 1.6 发展知识管理战略 17
- 小结 20

第二章 做好准备工作:MBA 项目的起步

- 2.1 项目前期准备 22
- 2.2 入学 23
- 2.3 入门 25
- 2.4 工作/学习小组 26
- 2.5 与同伴会面 27
- 2.6 资源评估 28
- 2.7 建立体系 29
- 2.8 调整思路 31
- 小结 34

第三章 课程:获取知识的第一渠道

- 3.1 定义 37

- 3.2 课程类型 39
- 3.3 传授方式 41
- 3.4 目标与进程 42
- 3.5 教员的角色 43
- 3.6 课程价值最大化 46
- 3.7 课程与知识管理过程 50
- 小结 51

第四章 案例分析:管理技巧的练习

- 4.1 定义 54
- 4.2 案例分析法的利弊 56
- 4.3 解读和分析案例 57
- 4.4 案例分析定论方法 63
- 4.5 案例分析与收益最大化 65
- 4.6 案例分析与知识管理 65
- 小结 66

第五章 团队合作:通过协作创造价值

- 5.1 为什么要这样做 69
- 5.2 组织团队 71
- 5.3 团队的功能 72
- 5.4 个人个性品质的作用 73
- 5.5 团队合作的个性 75
- 5.6 团队的运作 80
- 5.7 未达一致 82
- 5.8 收益最大化 84
- 5.9 知识管理 85
- 小结 85

第六章 书面交流:会写就会赢

- 6.1 目的明确 90
- 6.2 结构 93
- 6.3 风格 96
- 6.4 内容 100
- 6.5 知识管理和书面交流 101
- 6.6 收益最大化 103
- 小结 104

第七章 课堂活动:组织口头陈述与讨论

- 7.1 舞台和演员 108
- 7.2 口头陈述 110
- 7.3 讨论 116
- 7.4 知识管理 117
- 7.5 收益最大化 118
- 小结 118

第八章 研究:酝酿和创造知识

- 8.1 数据、信息和知识 121
- 8.2 开展研究 124
- 8.3 信息和知识资源的使用 130
- 8.4 知识管理 135
- 8.5 收益最大化 136
- 小结 136

第九章 项目:在真实的世界里工作

- 9.1 项目认定 141
- 9.2 项目团队 142

- 9.3 确立目标 144
- 9.4 发展与客户的关系 144
- 9.5 建立研究项目 146
- 9.6 开展实地研究 148
- 9.7 数据分析 152
- 9.8 陈述报告 153
- 9.9 后续工作 154
- 9.10 知识管理和项目 155
- 9.11 收益最大化 155
- 小结 158

第十章 建立人际关系网:在和谐中创造价值

- 10.1 人际关系网及其作用 161
- 10.2 中国人如何开展人际交往 163
- 10.3 人际关系网与道德准则 165
- 10.4 人际关系网与 MBA 项目 167
- 10.5 人际关系网与社交生活 170
- 10.6 如何开展社交生活 172
- 10.7 配偶和伴侣 174
- 10.8 MBA 项目完成后 175
- 10.9 收益最大化 176
- 小结 177

第十一章 项目交流

- 11.1 选择一所有合作项目的学校 179
- 11.2 跨文化学习 180
- 11.3 课程学习 184
- 11.4 人际交往的机会 184

- 11.5 问题与障碍 185
- 11.6 知识管理 186
- 11.7 收益最大化 187
- 小结 187

第十二章 求职:就读期间及毕业后应聘工作

- 12.1 招聘单位需要什么样的人才 190
- 12.2 目标明确 192
- 12.3 对招聘单位有何要求和期望 192
- 12.4 推销自己和态度专业 195
- 12.5 留下良好的印象 198
- 小结 199

第十三章 MBA 教育与终生学习

- 13.1 什么是终生学习 202
- 13.2 为什么终生教育很重要 204
- 13.3 MBA 教育对于终生学习的意义 205
- 小结 207

第十四章 结束语:大处着眼,小处着手

第 一 章

学 会 如 何 学 习

你从头至尾阅读一本书,却用相反的方式经商。你从尾开始,然后倾力倾为,以求正果。

—— 哈洛德·基尼
(*Harold Geneen*)