

我们的愿景

管理学院，顾名思义，是大学里培养管理人才的地方。与研究型大学的管理学院不同，我们培养的是应用型的管理人才；也就是说，我们的学生毕业后将主要在各行各业从事实际管理工作。当然，我们不排除其中有些人最终会成为研究型人才，这是他们调整自己的职业生涯的结果。我们也培养创新型的管理人才，有别于学术理论上的创新，这种创新主要是对管理实践的创新。我们培养的管理人才还将是复合型的新商科管理人才，他们同时掌握商科和技术知识，因此除了能胜任自己的专业领域之外，还适合跨专业领域的工作，具备快速适应其他领域工作的能力。上述人才培养目标，充分体现在管理学院各专业的人才培养方案中。这些专业人才培养方案，经过多年的完善，得到了业界的认同。

为了培养复合型、创新型、应用型的新商科管理人才，我们需要一支兼备经济管理和相关行业领域知识与新技术、具有创新思维和企业实践经验的教师队伍。值得引以为豪的是，我们现任专职教师大多是满足上述条件的双师型教师。此外，我们还有一支实力雄厚的兼职教师队伍，包括来自校本部担任我们各专业学科带头人、负责人的博导教授，以及来自校外为我们开设专题讲座、专业课程乃至指导学生毕业设计的行政主管和企业高管。我们欣喜地看到，一支以学科带头人、海外学者和专兼职教授为领军，以具有企业经历和复合知识结构的中青年教师为基础的生气勃勃的教学团队正在管理学院形成。

为了培养复合型、创新型、应用型的新商科管理人才，我们还需要一支服务型的管理团队。我们的行政人员，包括办公室、教务组和学工组的同仁，应当牢固树立为师生服务的观念。我们的学生，是未来的管理者；我们的老师，是未来的管理者的导师。他们应该比其他同学和同仁更加自信、自觉和富于理性。因此他们更适合在一种服务型的管理氛围中学习和工作。

管理学院秉承嘉庚学院“以学生为中心”的办学理念，坚持服务、管理、教育三结合的原则。学生们将在有关部门机构的指导下，建立学院团委、学生会组织，以及各类有专业背景的学生社团组织，借助这些组织实现自我服务、自我管理和自我教育。教师们则以自愿为主、调剂为辅的方式组成专业教研室，推选或推荐自己的教研室负责人，建设具有

自我管理运行能力的基层学习型组织。在此基础上，管理学院采行“强院弱系”的模式，实行扁平化管理，使整个管理学院成为一个大的学习型组织。

嘉庚学院是一所志存高远、不一样的学院。经过多年的发展，嘉庚学院已成为独立学院中最具品牌影响力的学院之一。管理学院也将不负使命，充分发挥兼备商科与技术的优势，以“新商务+新技术+双创融合”为专业特色，将“新技术、新理念、新方法”融入传统商科教育打造数字化时代的新商科，形成“互联网+、大数据+、AI+”学科交叉专业，成为同类院校中一所不一样的商科学院。我们真诚希望全体同学和同仁齐心协力，为共同打造了一个能为学生创造更大价值，能给教职工承载更多希望的组织而努力。

——管理学院院长寄语

2022年7月

目录

一、专业简介	1
二、人才培养方案	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
(三) 学制及学习年限.....	3
(四) 学分说明	3
(五) 授予学位	3
(六) 课程设置与学分分配表.....	4
三、人才培养方案解读.....	10
(一) 人才培养的定位.....	10
(二) 知识和专业能力的要求.....	10
(三) 课程设置	11
(四) 课程教学改革.....	13
(五) 修读注意事项.....	14
四、主要专业课程简介.....	15
(一) 主要专业必修课简介.....	15
(二) 部分专业选修课程简介.....	22

一、专业简介

工商管理是研究盈利性组织经营活动规律以及企业管理的理论、方法与技术的科学。它的目标是依据管理学、经济学的基本理论，通过运用现代管理的方法和手段来进行有效的企业管理和经营决策。工商管理专业的知识构成跨越自然科学、人文科学的不同领域，研究对象涵盖了企业运作中的人力资源管理、财务管理、市场营销和运营管理、战略决策等各个方面。

改革开放使管理活动由计划经济下行政命令的附属物转变为系统化、专业化的复杂活动，对管理人才的培养提出了多方面、高层次的要求。随着第三产业的兴起，社会经济的快速发展，社会对管理人才的需求越来越大。企业的成功，经济的发展，不仅取决于技术水平，更取决于管理水平，工商管理的教育越发受到重视。

在欧美国家，工商管理专业有着 100 多年的发展历史。1881 年建立的宾西法尼亚大学沃顿学校（现为沃顿商学院）是美国第一个成功举办工商管理高等教育的学校，到 1912 年美国在学校中设置独立的工商管理学院或系科。经过 100 多年的专业发展，现在的高等工商管理教育在学术与经营之间取得很好的平衡，是一门极强的应用型学科。早在 1901 年，美国就开始授予工商管理硕士学位，至今，该专业仍是欧美研究生教育的热门专业。

在中国，自 1983 年对外经贸大学开办第一个工商管理本科专业教育以来，我国工商管理教育距今已有 30 年的历史。从 1998 年开始随着管理学学科从经济学学科中独立出来，工商管理专业正式列入教育部本科专业目录。

随着企业宏观环境的持续优化，民营经济、外资、国企将被彻底激活，中小企业也越发重视管理，初创企业在市场中不断涌现，企业总量将呈几何级数增加。同时对各种人才的现实与潜在需求也在裂变，连续多年在全国专业人才需求榜上位居前五名。工商管理专业的人才培养紧扣企业实际，我们对管理人才培养融入了商科新技术、新方法以满足数字化经济时代的需求，具有十分广阔的就业市场。

厦门大学嘉庚学院工商管理专业从 2004 年开始设置并招生，工商管理专业的培养方案和课程计划，主要是根据市场和社会对复合型应用人才的需求，依据由高等教育司编写、高教出版社出版的《全国普通高等学校工商管理类核心课程教学基本要求》的指导来制定的。学院优越的学习条件和先进的办学理念为实现这些方案计划提供了制度保障。当然，端正态度、用心参悟以及学生对于方案的理解和执行都会影响目标的最终实现。

二、人才培养方案

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，具有社会责任感、公共意识和创新精神，适应国家经济建设需要，具有人文精神与科学素养，掌握现代经济管理理论及管理方法，具有国际视野、本土情怀、创新意识、团队精神和沟通技能的应用型、复合型、创新型高素质人才。毕业生能在各类企、事业单位及政府部门，从事运营管理、人力资源管理、市场营销、财务管理、商务数据等管理工作，或从事企业策划、咨询、教学和培训等相关工作，也可以进一步攻读本专业或相关专业的硕士学位。

（二）培养规格

1. 素质要求

1.1 具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观，具有良好的公民意识和社会责任感

1.2 具有国际视野，具备专业素养，具有创新精神和创业意识

1.3 具有良好的人文与科学素养，具有较高的审美情趣、文化品位

1.4 具有健康的体魄、健全的人格和高尚的品德

2. 能力要求

2.1 具有良好的获取知识能力与自主学习能力

2.2 能够应用管理理论和方法分析并解决理论与实践问题

2.3 具有较强的组织沟通能力、语言与文字表达能力、团队协作与领导能力

2.4 具有创新创业能力，具有探索性、批判性思维能力，不断尝试理论或实践创新

2.5 能熟练运用计算机，掌握企业管理常用办公软件，并掌握一门外语，具备一定的听说读译写能力

3. 知识要求

3.1 掌握数学、统计学、经济学等基础学科的理论与方法

3.2 掌握现代化管理理论，掌握管理学、人力资源管理、市场营销、运营管理、财务管理、创业学等理论知识与方法

3.3 掌握企业管理的定性、定量的分析方法，掌握本学科的理论前沿及发展动态

3.4 掌握哲学、社会学、心理学、法学、科学技术、语言文学、艺术健康、职业发展等相关通识性知识，以及相关经济学知识

（三）学制及学习年限

学制四年，学习年限三至六年。

（四）学分说明

毕业最低总学分 155。

（五）授予学位

管理学学士。

(六) 课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计							
		合 计	理 论	实 践	合 计	理 论	实 践	一	二	三	四	五	六	七	八
技能教育模块	技能必修课	22	11	11	480	178	302	5	7	6	4				
	计算机基础	1	1		32	18	14		1+1						
	大学英语 I	3	2	1	64	32	32	2+2							
	大学英语 II	3	2	1	64	32	32		2+2						
	大学英语 III	3	2	1	64	32	32			2+2					
	大学英语 IV	3	2	1	64	32	32				2+2				
	军事训练	1		1	3周		3周	3周							
	体育 I	1		1	32		32	2							
	体育 II	1		1	32		32		2						
	体育 III	1		1	32		32			2					
	体育 IV	1		1	32		32				2				
	生涯规划-探索与管理	2	1	1	32	16	16		1+1						
	创新与创业基础	2	1	1	32	16	16			1+1					
	技能选修课	10	5	5	160	80	80				2	4	4		
通识教育模块	技能选修课	技能选修课课程详见每学期开课计划。学生修满要求学分即可。 鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。学生参加学校认可的学科竞赛、学术科研、社会实践、创业实践以及其他创新创业实践活动，可依学校规定认可为技能选修课学分。 鼓励学生选修各专业开设的融合双创教育的实训实践类课程。													
	通识必修课	21	17	4	368	304	64	6	5	3	5				2
	《形势与政策》	每学期开设至少 8 学时，在综合考核合格的基础上，统一至毕业前最后一学期给定 2 学分。													
	军事理论	2	2		32	32			2						
	大学语文	2	2		32	32		2							
	大学生心理健康教育	1	1		16	16		1							
	思想道德与法治	2	2		32	32		2							
	思想道德与法治实践	1		1	16		16	1							
	中国近现代史纲要	2	2		32	32			2						
	中国近现代史纲要实践	1		1	16		16		1						
	马克思主义基本原理	2	2		32	32				2					
	马克思主义基本原理实践	1		1	16		16			1					
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	4		64	64					4				
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论实践	1		1	16		16				1				
	形势与政策	2	2		64	64									2

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	七	八
通识教育模块	通识选修课	14	12	2	256	192	64		2	2	2	4	4		
	通识选修课程详见每学期开课计划。 修读要求： 1. “人文艺术类”中包含“人文类”和“艺术类”两个课程组，其中“艺术类”课程组至少修读 2 学分。 2. “社会科学类”中包含《国家安全教育》课程、“四史”课程组和“社会科学类”课程组；其中《国家安全教育》课程和“四史”课程组中的《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》课程须修读合格。 3. “自然科学类”至少修读 2 学分。														
	国家安全教育	1	1		16	16				2					
	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	1	1		16	16				2					
专业教育模块	专业必修课	36	36		576	562	14	13	8	6	4	5			
	学科平台课	22	22		352	352		13	5		4				
	经济数学 I	4	4		64	64		4							
	经济数学 II	2	2		32	32			2						
	统计学原理	4	4		64	64					4				
	微观经济学原理	3	3		48	48		3							
	宏观经济学原理	3	3		48	48			3						
	管理学原理(A)	3	3		48	48		3							
	会计学原理(A)	3	3		48	48		3							
	专业必修课	14	14		224	210	14		3	6		5			
	人力资源管理(A)	3	3		48	42	6		3						
	企业运营管理(A)	3	3		48	40	8			3					
	营销学原理(A)	3	3		48	48				3					
	财务管理(B)	3	3		48	48						3			
	企业战略管理(B)	2	2		32	32						2			
	专业选修课	36	33	3	580	511	69			6	6	11	13		
	修读要求： 1. 专业选修课分为课程组 A、B、C，其中课程组 A 有最低学分修读要求。 2. 课程组 A 为本专业的重要补充课程，学生应至少选修 24 学分(本组分为 6 个课程单元，各单元无具体学分修读要求，其划分仅供选课参考)。 3. 专业选修课其他学分可从课程组 B、C 选修，课程组 B、C 均在管理学院平台课开设，课程在第 3-6 学期以交叉、滚动形式开设。 4. 课程组 C 主要为考研、出国或有加厚、加深基础理论部分学习需求的学生开设。 5. 其它说明：《SPSS 应用入门》应先修《统计学原理》。														
	课程组 A														
	营销管理课程														

类别	课程名称	课程学分			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计							
		合 计	理 论	实 践	合 计	理 论	实 践	一	二	三	四	五	六	七	八
专业教育模块	连锁经营管理概论	2	2		32	32					2				
	整合营销沟通	3	3		48	48					3				
	消费者行为学(A)	3	3		48	48					3				
	公共关系学	2	2		32	32							2		
	营销策划	2	1	1	32	16	16				1+1				
	营销调研	3	2	1	48	32	16					2+1			
	营销案例研究分析	3	2	1	48	32	16					2+1			
	财务管理与金融课程														
	经济法(经济类)(B)	2	2		32	32				2					
	货币银行学(B)	2	2		32	32					2				
	税法(经济类)(B)	2	2		32	32						2			
	财务报告分析(B)	2	2		32	32							2		
	管理经济学(B)	2	2		32	32							2		
	公司治理	2	2		32	32							2		
	运营管理课程														
	项目管理(A)	3	3		48	40	8				3				
	物流与供应链管理(B)	2	2		32	26	6				2				
	电子商务概论(B)	2	2		32	32					2				
	ERP 原理与应用	3	2	1	48	32	16					2+1			
	管理信息系统(B)	2	2		32	24	8					2			
	运筹学(B)	2	2		32	30	2					2			
	服务管理	3	3		48	48						3			
	质量管理	2	2		32	30	2				2				
	物料与库存管理	2	2		32	30	2					2			
	生产计划与控制	3	3		48	46	2						3		
	电商大数据分析	2	1	1	32	16	16					1+1			
	人力资源管理课程														
	组织行为学(A)	3	3		48	42	6			3					
	人才测评与招聘	2	2		32	32				2					
	劳动与社会保障法(管理类)	2	2		32	32					2				
	员工开发与培训	2	2		32	32					2				
	绩效管理	2	2		32	32						2			
	薪酬管理	2	2		32	32						2			
	员工关系管理	2	2		32	32							2		
	企业管理工具及应用课程														
	国际企业管理	2	2		32	32				2					

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计							
		合 计	理 论	实 践	合 计	理 论	实 践	一	二	三	四	五	六	七	八
专业教育模块	管理咨询工具	2	2		32	28	4			2					
	商业伦理与企业社会责任	2	2		32	24	8			2					
	企业研究方法	2	2		32	32					2				
	文化市场营销	2	2		32	28	4				2				
	管理专业英语	2	2		32	32						2			
	领导学	2	2		32	32							2		
	管理学前沿讲座	2	2		32	32							2		
	行业环境与产业竞争	3	3		48	48							3		
	企业管理案例分析	2	1	1	32	16	16						1+1		
	实用商务数据分析	3	2	1	48	30	18						2+1		
	创新创业课程														
	创新思维与实践	2	2		32	32				2					
	新创企业营销	2	2		32	28	4				2				
	商业模式创新	2	2		32	26	6				2				
	创新创业法律基础	2	2		32	28	4					2			
	创业与融资	3	2	1	48	32	16					2+1			
	创新创业实训	2	1	1	32	16	16						1+1		
	课程组 B														
	企业管理														
	管理决策分析	2	2		32	32									
	投资项目评估	3	3		48	42	6								
	华商经营管理之道	2	2		32	32									
	信息管理概论	2	2		32	32									
	现代信息与决策	3	3		48	48									
	东西方管理思想史	3	3		48	48									
	市场营销														
	客户关系管理	2	2		32	32									
	品牌文化与鉴赏	2	2		32	32									
	移动互联时代的新媒体营销	2	2		32	32									
	体验营销	3	2	1	48	32	16								
	广告学原理	3	3		48	40	8								
	商品学概论	2	2		32	32									
	旅游管理														
	现代酒店管理	2	2		32	32									
	会展概论	2	2		32	32									

类别	课程名称	课程学分			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计							
		合 计	理 论	实 践	合 计	理 论	实 践	一	二	三	四	五	六	七	八
专业教育模块	旅游社会学	2	2		32	32									
	导游基础与实务	3	2	1	48	32	16								
	智慧旅游	2	2		32	26	6								
	节事策划与管理	2	2		32	32									
	财会与金融														
	证券投资学(B)	2	2		32	32									
	个人理财(B)	2	2		32	32									
	商业银行风险管理(B)	2	2		32	32									
	保险学(B)	2	2		32	32									
	小企业会计(B)	2	2		32	32									
	资产评估学(B)	2	2		32	32									
	证券投资分析	3	2	1	48	32	16								
	人工智能与经济管理	3	3		48	48									
	期货与期权	3	2	1	48	32	16								
	电商与物流														
	网络金融学	3	3		48	48									
	网络营销	3	3		48	48									
	移动电子商务	2	2		32	32									
	物流学	3	3		48	46	2								
	直播电商运营	2	1	1	32	12	20								
	企业间电子商务(B2B)协同管理	2	2		32	28	4								
	跨境电子商务	3	2	1	48	32	16								
	国贸与商务														
	WTO 与中国对外贸易	3	3		48	44	4								
	国际贸易实务	3	3		48	48									
	世界经济概论	3	3		48	48									
	国际商务谈判	2	2		32	32									
	外贸函电与写作(B)	2	2		32	32									
	其他														
	博弈与社会	2	2		32	32									
	SPSS 应用入门	3	2	1	48	24	24								
	英语听说 I	1		1	32		32								
	英语听说 II	1		1	32		32								
	“一带一路”沿线国家概览	2	2		32	32									
	新商科大数据应用专题讲座	2	2		32	32									

类别		课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计							
			合 计	理 论	实 践	合 计	理 论	实 践	一	二	三	四	五	六	七	八
专业教育模块	专业选修课	茶饮品牌创新与运营	2	1	1	32	15	17								
		人工智能产业及其行业应用	2	2		32	32									
		区块链经济与金融	3	3		48	48									
		创新创业与领导力	2	2		32	26	6								
		大数据金融分析	2	2		32	24	8								
		课程组 C														
		中级微观经济学	3	3		48	48									
		中级宏观经济学	3	3		48	48									
		经济数学Ⅲ	4	4		64	64									
		高代选讲	2	2		32	32									
	概率统计(经管类)	3	3		48	48										
	实习与实践	实习与实践	16		16	32周+32	8	32周+24		1		1		1	7	6
		劳动教育				32	8	24								
		教学实践Ⅰ:企业及市场调研	1		1	2周		2周		2周						
		教学实践Ⅱ:企业管理方案设计	1		1	2周		2周				2周				
		教学实践Ⅲ:管理学研究方法应用训练	1		1	2周		2周						2周		
		毕业实习(工管)	7		7	14周		14周							14周	
		毕业论文/设计(工管)	6		6	12周		12周							12周	
学分、学时总计及学分学期分布			155	114	41	2452	1835	617	24	23	23	24	24	22	7	8

三、人才培养方案解读

（一）人才培养的定位

根据培养目标和培养规格要求，工商管理专业坚持素质、知识和能力协调发展的人才培养价值取向，培养应用型、复合型、创新型人才。本专业立足人才市场和用人单位实际需求，将专业定位为“知识全面，基础宽厚；专通结合，专长突出”。通过“产教融合、校企共育”的人才培养模式，结合“通+专”的课程设置与融入创新创业能力培养的实践教学体系实现人才培养目标。本专业经过多年的建设，形成了融专通、重实践、励创新、国际化的专业特色，在后续的建设后要不断强化与突出专业特色。

1. 本专业学生知识全面，基础宽厚。与分支领域管理专业的学生相比，本专业学生掌握更多的管理工具与方法、管理理论，在管理咨询、行业分析、市场调查、财务报表、经济法律、证券投资、创业管理等方面均有涉猎，能够具备更为严密和系统的管理思维。

2. 本专业学生专通结合，专长突出。在学生掌握扎实的方法、理论基础上，学生可在运营管理、人力资源管理、财务管理及市场营销等专业领域上得到好的引导和训练，将自身个性、兴趣与专业很好地结合起来。

紧扣时代的发展，本专业不断调整优化培养方案，造就数智时代下兼具数据思维、管理技术及企业家精神的综合管理人才，他们视野广阔、综合素质高、解决问题能力强。如本专业的培养目标所述，本专业学生可在各类企、事业单位及政府部门，从事运营管理、人力资源管理、市场营销、财务管理及战略决策等管理工作，也可从事综合性管理工作以及从事企业策划、咨询、教学和培训等工作。当然，学生也可以在管理学科领域或相关领域攻读硕士学位。

（二）知识和专业能力的要求

如本专业培养方案所述，本专业具有多学科知识交叉的特点。学生必须具备管理、经济及法律及企业管理方面的综合知识和能力，掌握商科新技术、新方法，具有独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的能力，成为适应数智时代的综合管理人才。

专业知识方面，既传授数学、统计学、经济学、管理学的基本知识，又重视人文思维、管理思维、创新思维等的基本训练，使学生掌握现代化管理理论以及定性及定量的管理分析方法，具备综合利用管理理论知识和数据科学知识进行管理决策的能力，具备知识获取与应用能力、团队协作与领导能力、创新能力、分析与解决企业管理问题等方面的能力。

（三）课程设置

1. 技能教育模块

该模块定位于培养学生的基本技能、职业技能以及其他综合性实践能力，下含两类课程，分别为：

技能必修课：该类课程为培养学生外语、计算机、军事、体育等基本技能的必修课程。

技能选修课：该类课程以学生的兴趣、个体成长、职业生涯规划需求为导向，旨在培育学生创新与创业能力、交流沟通与表达能力、批判性与创新性思维能力、团队协作与领导能力，提升学生的社会竞争力。

技能选修课分为语言技能类、计算机技能类、职业技能类三大类课程，每类无最低完成学分要求，但总学分不少于 10 学分。

我们鼓励学生积极参与第二课堂实践活动。学生在籍期间，参与的学术科研、学术竞赛、社会实践，以及各类创新创业活动，均可依照《厦门大学嘉庚学院学生创新创业实践活动学分认定办法》，最多可取得创新创业实践活动学分 12 学分。经认定，该项计入专业人才培养方案技能选修课学分，也可视项目成果性质认可至专业选修课学分。

2. 通识教育模块

本类课程是本科生的通修课程，含必修和选修两类。通过通识教育，培育学生的综合能力，拓宽学生的知识视域，领悟不同的文化和思维方式，使其形成多学科、多元化的认知视角，使其成为具有持久竞争力的创新型人才。

通识必修课：该类课程为统一规定的公共必修课程，旨在加强学生的公民道德教育，培养其良好的公民素质；加强学生的科学和人文教育，培养其可持续发展能力等。如政治类和体育课程等。

通识选修课：该类课程旨在培养学生具有良好的人文与科学素养，具有多学科思维方式，实现文理渗透，开拓学生视野，完善学生知识结构，提高学生综合素质，从而实现素质教育与专业教育的有机结合。通识选修课分为人文艺术类、社会科学类、自然科学类三大类课程，完成总学分不少于 14 学分，具体修读要求为：（1）“人文艺术类”中包含“人文类”和“艺术类”两个课程组，其中“艺术类”课程组至少修读 2 学分。（2）“社会科学类”中包含《国家安全教育》课程、“四史”课程组和“社会科学类”课程组；其中《国家安全教育》课程和“四史”课程组中的《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》课程须修读合格。（3）“自然科学类”至少修读 2 学分。

3. 专业教育模块

该模块为围绕专业培养目标和专业特色构建的专业课程体系，主要是培养学生的专业素养。该模块体现“宽口径”的专业教育目标；由传统的重视学生学科专业知识学习的课程形态，转变为重视学生学科专业素养和专业能力的课程形态。分为专业必修课、专业选修课及实习与实践。

专业必修课：该类课程包括本专业所属学科门类的主干课程及专业的主干课程。包括学科平台课程组和专业必修课程组。

其一，学科平台课程组。建设相近管理类学科的共同基础课程，夯实学生进入相关专业学习的知识基础，实现“宽口径、厚基础”的人才培养特点。本类课程包括经济数学类课程，以及工商管理专业应依照学科特点，根据本专业实际需求构建专业教育所需的学科平台课，如管理学、经济学、会计学等。

其二，专业必修课程组。该类课程包含了教育部要求开设的该专业的基础课程，课程设置在使学生掌握专业理论、技能和方法的基础上，强调对学生主要专业能力的培养。比如人力资源管理(A)、企业运营管理(A)、营销学原理(A)、财务管理(B)及企业战略管理等专业核心课程。

专业选修课程：该类课程为专业知识深度和广度延伸的补充。为了更好的培养学生的专业素养，实现“专通结合，专长突出”的专业定位，同时也为了满足学生各种不同的需求，我们开设 A、B、C 三个专业选修课程组供选择。课程组 A 为专业核心选修课，包括营销管理、财务管理与金融、运营管理、人力资源管理、企业管理工具及应用、创新创业等 6 个课程单元，各单元无具体学分修读要求，其划分仅供选课参考。专业选修课其他学分可从课程组 B、C 选修，课程组 B、C 均在管理学院平台课开设，课程在第 3-6 学期以交叉、滚动形式开设；其中课程组 C 主要为考研、出国或有加厚、加深基础理论部分学习需求的学生开设。总体上，应确保专业选修课模块学分达到 36 学分，其中课程组 A 总学分须至少取得 24 学分。

实习与实践：本类课程要求学生将所学知识应用于实践，如：劳动教育、实践教学周、毕业实习、毕业论文等。其中，劳动教育执行基于本专业劳动教育实践环节教育计划，包括 8 理论学时与 24 实践学时。实践教学周安排在前三个学年的第二学期考试周之后，属于正常的教学环节，区别于暑期的社会实践活动。

（四）课程教学改革

本专业课程丰富，兼具原理课程与高阶课程、定性分析课程与定量分析课程，在必修课程基础打牢的基础上，还提供了丰富的选修课程单元可供选择，满足不同需求的学生需求。在新技术、新产业、新业态快速发展的市场背景下本专业不断探索课程改革，使学生的素质、知识及能力能够满足市场的需求。作为福建省双创试点专业，探索专业教育与双创教育的融合，在相关专业课程中融合了双创内容，同时还开设了《创新思维与实践》、《商业模式创新》、《创业与融资》等双创造修课程，以培养学生的创新能力。本专业紧扣市场动态，把握数字化时代的变化在《企业运营管理》、《人力资源管理》、《服务管理》等相关专业课程中融入“大数据、AI”等商务智能+管理，还开设有《新商科大数据应用专题讲座》、《人工智能产业及其行业应用》等课程帮助学生掌握数字化时代的基本管理知识与技能；《“一带一路”沿线国家概览》、《行业环境与产业竞争》等课程帮助学生了解实时动态把握管理环境；《茶饮品牌创新与运营》、《实用商务数据分析》等课程理论与实训并重，训练学生理论与实践结合的能力。

本专业积极推进课程建设，其中《管理学原理(A)》为省级一流课程。专业课程多采用多元的教学方法，除课堂理论讲授外，还包括案例分析、主题研讨、角色扮演、管理游戏、辩论等。积极探索对分课堂、翻转课堂等教学模式，从教师中心转变为学生中心，并在此过程中实现知识向能力的转化，启发学生独立思考的能力，提升其学习能力。同时积极运用多种信息化教学手段，如学习通、课程派、微信群等教学平台工具，线上辅助线下教学，课堂延伸至课外，提升教学效率及教学效果。除课堂教学外，充分利用实验室、本专业实习基地、学科竞赛平台，整合教师及教学资源讲座，开展实践教学，培养学生的学习能力、创新创业能力以及理论应用于实践的能力。

工商管理专业经过多年的建设，形成了融专通、重实践、励创新、国际化的课程特色。同时在课程建设中加强劳动教育、美学教育及课程思政融入专业教育中，培养学生德智体美劳全面发展；优化实践教学培养模式体系，加强实习基地建设，将实践课程与创新创业教育更好地融和，全方位培养创新思维和创业能力；着力打造专通，结合专长突出，掌握现代管理理论及定性与定量相结合的管理方法，提升数据科学知识进行大数据商务分析和进行科学管理决策的能力，培养学生成为能够适应数字化、信息化的新时代管理人才。

（五）修读注意事项

1. 各模块所要求的学分，为最低修读学分。不同模块所修的学分，一般不能相互转换或抵补。
2. 在读期间，前三个学年每学期修读的全部课程总学分一般应控制在 24 学分以内。除毕业学年外，一般情况下，每学期修读课程总学分最低不得低于 18 学分，最高不得高于 26 学分。
3. 《劳动教育》课程共计 32 学时，其中，理论 8 学时融合在四门通识教育必修课中；实践 24 学时在四学年内按每学年 6 学时的要求完成。毕业前若未按课程要求完成相应学时，无法通过毕业审查。具体实践内容以本专业《劳动教育》实践环节教育计划为准。
4. 学生必须取得所有必修课的学分，必修课考核不合格必须学分重取（重修），直至合格方可毕业。各模块的必修课程应尽可能按照学院安排的进度进行修读并获得通过，以免影响后续学业修读计划。
5. 学生必须取得规定的选修课总学分以及下设各类别规定的最低学分，否则无法毕业。若选修课考核不合格，可选修同模块的其他课程补足学分。
6. 学生在专业选修课选课时，应注意各课程的先修要求。若课程有先修课要求的，应当修完前修课后才能选修。学生应认真研读课程的相关性，根据自身情况由浅入深，避免盲目跟风。
7. 重复修读同一门课程或者修读相近课程，有效学分仅被计算 1 门（次）。具体参看本文课程简介中的相近课程描述以及每学期选课系统中相关课程的限制描述。如对相近课程判断存在疑问，可以咨询教学秘书或教研室主任。
8. 其他学业修读事项，可到管理学院网站阅读《厦门大学嘉庚学院管理学院学业管理办法实施细则》。

四、主要专业课程简介

（一）主要专业必修课简介

（1）管理学原理(A)

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		管理学原理是研究和探讨各种社会组织活动的基本规律和一般方法的科学，对于所有管理领域具有普遍适用性，是管理学科群中一门相当重要的入门核心课程，它涉及的范围广，影响面大，是理论性与应用性较强的专业基础课程。本课程是高等院校管理和经济类相关专业的专业必修课程，一般在第一学年第一学期或第二学期开设。		
主要内容		通过本课程的学习应使学生初步掌握管理学的基本概念、管理思想的发展与演进，围绕计划、组织、激励、领导、控制等四大管理职能，分别学习各职能的基本概念、基本原理以及一般方法等。本课程以理论教学为主，结合案例讨论及各种应用练习。		
课程目标	预期素质获得	具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观；对企业社会责任感有正确的认知；对管理环境有一定的敏锐性，具有国际视野，具备专业素养；把握管理的科学性与艺术性。		
	预期能力获得	训练学生充分理解相关理论在实务的应用，训练学生对不同环境背景下各类型组织的实际管理问题的分析能力；训练学生具备管理者技术技能、人际技能、概念技能等。		
	预期知识获得	掌握管理学的基本概念，管理思想的发展与演进，管理环境，管理四大管理职能的基本概念、原理以及一般方法等。		
基本要求		学生在学习时要注意管理是一门动态的学科，所有的知识点都必须紧紧扣住时代的脉动，要有充分的实用性及应用广度。管理绝不是一门呆板枯燥的、纯理论论述的学科，而是可以完全灵活运用的学问，学习时要把握管理学的科学性与艺术性，学习和熟悉管理学的内涵也是掌握现代企业完备知识体系的重要基础。		

（2）微观经济学原理

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《微观经济学原理》是经济学的入门课程之一，也是高等院校经济类、管理类专业的专业基础课程之一，是学生学习中高级程度经济学的基础。该课程是商科各专业本科生的专业基础课之一，一般在一年级上学期开设。教学以课堂讲授为主，通过理论讲解、案例分析等方法，帮助学生领会现代经济学的基本思想、概念与分析方法，并区分西方经济理论的社会背景与我国经济环境的区别，使学生掌握微观经济学的基本概念、基本理论和基本方法，摒弃西方经济学理论的缺陷，培		

		养他们掌握对现实经济行为与经济现象的观察分析能力，训练经济学素养，并为后续的课程打下良好的基础。
	主要内容	《微观经济学原理》以西方现代经济学基本理论框架为基础，介绍经济学的原理、理性经济学的思维方式、供给与需求的市场力量、价格理论、弹性及其应用、政府政策与赋税、消费者与生产者所构成的市场、市场效率与福利、包含外部性与公共财的公共部门经济学、国际贸易、考虑生产成本与收入的企业行为、牵涉相互竞争的市场与产业组织等。
课程目标	预期素质获得	获得应用语言文字，清晰地进行商业信息、思想、感情的传递、表达和交流的抽象思维素质。
	预期能力获得	获得独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的能力及开拓创新精神的能力。
	预期知识获得	获得以市场经济理论、管理基础知识和经济分析工具为基础的知识结构。
	基本要求	要求学生认识到市场运作的基本法则，能掌握并运用经济学定性和定量分析的基本工具，为日后的学习和工作做好一些方法论上的准备。本课程要求学生应在课前预习，并做到按时出席、认真听课、做好笔记。鼓励学生积极参与课堂互动，踊跃发言，并作为课堂表现的重要依据和成绩评判依据。

(3) 宏观经济学原理

学分	3	学时	48
先修课程	微观经济学原理	相近课程	无
课程性质	《宏观经济学原理》是高等院校经济类、管理类专业的专业基础课程之一，是学生学习更高级程度经济学的基础。本课程是经济学的入门课程之一，是国际商学院各专业本科生的专业必修课程之一，一般在一年级下学期开设。教学中以课堂讲授为主，通过理论讲解、案例分析等方法，使学生掌握经济学的基本概念、基本理论和基本方法，并能够正确分析和研究实际经济问题。		
主要内容	课程内容是以马克思主义的立场、观点、方法，即辩证唯物主义和历史唯物主义的世界观和方法论，来了解西方经济学基本原理和观点，并分析西方经济学中的国民收入理论、失业与通胀、投资与储蓄、金融学与金融体系、经济增长、货币与通货膨胀、总需求与总供给、开放的宏观经济理论、短期经济波动、宏观经济政策等问题。通过课程学习，帮助学生运用领会西方经济学的基本思想、概念与分析方法，也必须了解马克思主义政治经济学的思想，能够分清西方经济学的有益成分及无益成分，训练经济学直觉，并为后续的其他课程打下良好的基础		
课程目标	预期素质获得	获得应用语言文字，清晰地进行商业信息、思想、感情的传递、表达和交流的抽象思维素质。	
	预期能力获得	获得独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的能力及开拓创新精神的能力	

	预期知识获得	获得以市场经济理论、管理基础知识和经济分析工具为基础的知识结构。
基本要求		要求学生认识到国家经济的衡量，能掌握并运用经济学定性和定量分析的基本工具，为日后的学习和工作做好一些方法论上的准备。本课程要求学生应在课前预习，并做到按时出席、认真听课、做好笔记。鼓励学生积极参与课堂互动，踊跃发言，并作为课堂表现的重要依据和成绩评判依据。

(4) 会计学原理(A)

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《会计学原理(A)》是经管类专业的必修课以及学科平台课，一般开设在大一上学期或者下学期。是一门基础的入门课程，希望通过此课程的学习，学生可以熟练掌握经济业务的处理，为后续学习中级财务会计、财务管理、税法等专业课程打下理论基础。		
主要内容		包括会计的含义、对象、职能、会计核算基本前提、会计信息的质量要求等基础理论部分，以及设置账户、借贷复式记账法、填制和审核会计凭证、登记会计账簿、财产清查、编制财务会计报表等会计基本方法和基本操作技能。		
课程目标	预期素质获得	掌握借贷复式记账法的精髓，并利用此原理能正确核算企业发生的业务。		
	预期能力获得	能充分理解会计账户，能正确应用会计分录来描述企业发生的经济业务，能对财务会计报告有个充分的认识。		
	预期知识获得	理解账户设置的意义、分类及含义；正确核算工业企业筹资过程、供应过程、生产过程、销售过程以及利润形成和分配过程的业务；了解原始凭证以及记账凭证的含义及区别，了解日记账、总账、明细账的基本填制要求；掌握财产清查的方法以及会计报表的编制。		
基本要求		通过本课程的学习，使学生能够较扎实地掌握好《会计学原理(A)》的基本知识、基本方法和基本技能，特别是能正确掌握工业企业资金运动的各个环节中会计分录的书写以及编制资产负债表和利润表的部分项目。学习过程中，注意多留意身边可获得的会计凭证，多与学过的理论知识相结合。		

(5) 统计学原理

学分		4	学时	64
先修课程		经济数学 I	相近课程	无
课程性质		统计学原理是学习和研究如何搜集和分析数据，探索和揭示客观现象总体数量特征规律的方法论课程，是经济学类、管理学类本科生的专业必修课。本课程通过学习现代统计的基本概念、基本理论与基本方法，为学生进一步学习相关专业课提供必要的数据分析基础。本课程强调方法与应用并重，以理论讲授为主，辅以案例讲解及软件操作。一般在本科二、三年级开设。		

主要内容		本课程系统学习统计学的基本理论与基本方法，涵盖描述统计、概率论基础以及推断统计三个经典模块。具体内容包括数据的搜集、数据的处理与展示、数据分布特征的描述与度量、随机事件及其概率、条件概率与独立性、随机变量及其分布、数字特征、抽样分布与大样本理论、参数估计、假设检验、相关分析与线性回归分析。
课程目标	预期素质获得	通过本课程学习，学生应受到较为严格的统计方法训练，形成数据科学的思维范式，具备良好的实践与创新素质。
	预期能力获得	通过本课程学习，学生应获得观察现实社会现象的能力、数据分析的能力以及解决实际问题的能力。
	预期知识获得	通过本课程学习，学生应初步掌握统计学的基本理论与基本方法，熟练掌握一种统计分析软件，能够运用统计学的理论方法分析和解决经济管理中的一些实际问题，为学习后继课程及进一步深造奠定数据分析的方法论基础。
基本要求		1.通过本课程学习，使学生具备一定的数据分析能力与解决实际问题的能力。 2.通过本课程学习，使学生初步掌握统计学的基本理论与基本方法，并用于分析和解决一些实际问题。 3.通过本课程学习，使学生熟练掌握和应用 Excel 数据分析软件。

(6) 人力资源管理(A)

学分		3	学时	48 (42+6)
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	人力资源管理(B)
课程性质		《人力资源管理(A)》是高等院校工商管理专业的必修课程，在掌握了必要的管理基础理论知识后即可学习，可开设在第一学年第二学期。当然，人力资源管理是管理学科的基础课程之一，人力资源管理是管理理论的重要组成部分，它是一门广泛吸收多学科知识的综合科学，具有很强的实践性和应用性。管理类相关专业也可修读该课程。		
主要内容		本课程就人力资源管理的基本概念、基本理论和人力资源管理技术等进行全面的讲授，强调人力资源战略管理，涉及人力资源管理六大模块主要内容。以课堂讲授为主，配合案例讨论、管理实训等。		
课程目标	预期素质获得	树立正确的价值观，具备良好的职业道德，具备专业素养。		
	预期能力获得	能够应用人力资源管理基本理论和技能分析和解决企业实际问题的能力，增强组织沟通能力、团队协作与领导能力。		
	预期知识获得	掌握人力资源管理的基本概念、基本原理、基本知识，掌握人力资源管理六大职能模块管理工具。		
基本要求		学生在学习的过程中应正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对人力资源管理有一个总体的认识理解，为后续相关人力资源管理专业选修课程的学习及工作奠定良好的理论基础。此外，该课程还注重与其他课程相结合，注重理论与实践的结合，以培养会思考、动手能力强的复合型人才为目标。		

(7) 营销学原理 (A)

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	营销学原理(B)
课程性质		《营销学原理(A)》是高等院校商学各专业的主干专业课程之一，也是营销类专业各门专业课程学习之前的基础类课程。它是一门研究基于消费者行为的企业市场策略的应用管理学，是市场营销专业的必修课程，适合一年级开始修读；同时，该课程也是经济类和管理类专业的学科选修课，适合二年级开始修读。		
主要内容		该课程从解析营销的概念与观念入手，帮助学生系统掌握营销学的核心知识与方法，主要包括三大模块，即营销分析模块：营销认知、市场与行业环境分析；营销战略模块：STP 战略；营销策略组合模块：4P 组合		
课程目标	预期素质获得	营销角度思考问题、分析问题与解决问题的思维与意识		
	预期能力获得	能对组织营销过程中的市场进行分析研究的能力以及设计营销策略，进行营销策划的能力		
	预期知识获得	认识和分析各种营销现象与行为的基本知识与框架体系		
基本要求		学生须按教师要求，作好课前预习，课后能够根据相关知识与推荐材料进行拓展研读；并能够以小组形式开展案例研讨。		

(8) 企业运营管理(A)

学分		3	学时	48 (40+8)
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	企业运营管理(B)、运营管理
课程性质		《企业运营管理(A)》是工商管理专业的必修课程，也是管理学院及商学院和相关专业的专业选修课，一般在第三学期开设，以理论教学为主，并辅以案例实践教学，兼具理论性和实践性的综合应用型课程。		
主要内容		课程立足于运营企业，以企业经营的内容活动为主线，全面系统讲授企业运营与管理的理论和方法，讲授包括企业竞争力、供应链管理、精益生产、质量管理、生产管理等相关企业管理知识领域。通过本门课程的教学，使学生掌握现代企业管理的全过程的基本概念、理论和主要技术方法，使学生具有较高水平的企业管理业务素质，为其毕业后从事的企业工作打下坚实基础。		
课程目标	预期素质获得	牢固树立正确的世界观、人生观、价值观，坚持对外开放、合作共赢的国际立场，具备增进人类共同利益、建设社会主义法治国家的责任感和使命感。具有正确的人生观、价值观和高度的社会责任感，具有良好的职业道德；了解国家相关法律法规；具备运营管理系统思维，初步掌握运营管理方法论；具有良好的团队合作精神和适应能力。		
	预期能力获得	能够在实践中运用企业运营管理理论和技术方法分析各类型管理活动中，提出解决方案，能够将企业运营管理知识体系与相关专业知识综合应用；具备独立自主地学习和更新企业运营管理知识体系的能力。		
	预期知识获得	学习本课程后，学生须能够掌握制定运营系统的战略、能够对产品和服务进行计划与设计、能够规划运营的流程、能够制定运营计划、能够对运营流程实施管理和控制等。		

基本要求	学生通过理论学习和实践，要求能够运用运营管理知识模块，对企业运营、产品设计、供应链管理、场址选择、设施规划、生产管理、质量管理与库存管理等进行管理，使理论和实践更好结合，从而具备制定计划和依据计划实施管理的基本技能。
-------------	--

(9) 财务管理(B)

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	财务管理(A) I、II/财务管理(C)
课程性质		《财务管理（B）》在人才培养方案中占有重要地位，是专门为财务管理专业之外的经管类专业学生开设的一门专业类课程，在会计专业是专业必修课，开设在第三学期，在其他专业是专业选修课，开设在第四学期。它以学生之前修读的《会计学原理》为基础，阐述了企业财务的管理原理与方法，是经管类专业学生掌握财务知识的必备课程。		
主要内容		本课程首先介绍财务管理的基本概念、目标和财务管理环境，并讲解了公司理财的基础价值观念即货币时间价值、风险与报酬和证券估值，介绍了财务分析的基本方法和重要的财务比率，这些内容都是理解财务管理的基础知识。在此基础上，本课程重点讲授公司筹资方式与资本结构决策、投资决策、营运资金管理、股利理论与政策等内容。		
课程 目标	预期素质获得	这门课程还可以帮助学生理解企业的资金流动过程，所需要进行的管理活动，以及企业应承担的社会责任等，培养学生站在企业角度对资金的全面认识，从而增强学生企业财务方面的基本素质。		
	预期能力获得	这门课程可以帮助学生学习如何对企业的投融资和基本运营活动进行管理和决策，如何对企业资金的全过程进行管控等，从而增强学生的分析问题和解决问题的能力。		
	预期知识获得	通过本课程的学习，学生可以掌握资金时间价值和风险收益等的基本财务知识，掌握企业投融资、营运资金和股利政策的决策方法和管理模式，从而为学生进行更加专业的财务知识奠定基础。		
基本要求		理解时间价值、风险报酬、证券估值等财务管理的基本观念以及其他重要概念；掌握公司筹资管理、投资管理、营运资金管理和股利分配等财务管理的基本理论与方法；具备在一定背景和前提下，运用财务管理知识分析和解决实际问题的能力。		

(10) 企业战略管理(B)

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理(A) 宏观经济学原理 微观经济学原理	相近课程	无

课程性质		《企业战略管理》是高等院校国际商务、国际贸易、工商管理、市场营销、国际物流、会计与金融等商科专业的重要专业课程之一，涉及商业经济学、贸易学、管理学、语言学、心理学等学科知识，是一门兼具理论性和实践性的综合应用型课程，通过本课程的学习，能够使相关的专业基础课和专业课在实践运用中得到进一步加强、巩固与提高。本课程通常作为专业 A 类选修课，在第二、三学年开设。
主要内容		课程是一个完整的系统活动过程，把企业的各项活动有机地联系为一个整体。本课程按照战略管理的实践过程，从战略分析，战略制定以及战略实施、评价和控制三个部分展开论述，讲述了企业战略管理的基本理论、制定和选择企业战略的基本原则、模型和实施战略管理的具体方法。
课程目标	预期素质获得	预期素质获得：形成换位、动态、开创性思考习惯，学会倾听、思考企业战略管理逻辑框架的心理机制。
	预期能力获得	预期能力获得：应用企业战略管理基本理论和模型分析与解决问题的能力；为企业发展选择和实施战略管理的能力。
	预期知识获得	预期知识获得：企业战略观念、战略分析工具、各层次的战略选择以及战略实施、控制等知识。
基本要求		课程教学采用理论授课为主，基本兼顾理论与实务，用案例、故事或例子来诠释理论，用理论来指导实务与实训。要求学生课前做好预习，课上积极参与教学活动，课后做好复习和作业，同时能够观察身边的企业的战略活动，参阅相关经济类书籍和期刊，进一步加深知识。

（二）部分专业选修课程简介

1. 营销管理课程

（1）连锁经营管理概论

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《连锁经营管理概论》课程为经济管理类各专业的专业选修课，也可作为全校通识选修课，授课基本对象为工商管理、旅游管理、市场营销等经管类各专业学生，也可为全校学生开课。		
主要内容		（1）以连锁企业的经营活动为对象，阐述连锁企业经营管理的基本概念和分类； （2）连锁经营发展史； （3）较为全面系统的介绍连锁经营管理的基本知识体系，包括：连锁企业战略管理、营销管理、店铺设计与布局、开店策略、选址策略、商品管理、组织结构设计、人力资源管理； （4）运用连锁经营管理基本知识体系分析某连锁企业及其所在行业发展情况。		
课程目标	预期素质获得	（1）思想道德素质方面，使学生深刻理解连锁经营对国民经济发展的重大价值和意义，端正思想态度； （2）文化素质方面，学会运用连锁经营管理主要知识内容独立分析某个企业及其所在行业连锁经营情况； （3）综合素质方面，通过学习，使学生思想道德素质、文化素质等综合素质有所提高。		
	预期能力获得	（1）学会结合不同行业连锁经营具体特点，分析其行业发展的基本情况及未来趋势； （2）会运用所学知识，分析不同行业中连锁经营管理企业发展的现有问题和优秀经验，提出发展建议。		
	预期知识获得	（1）本课程主要采用课堂讲授、多媒体教学、案例分析、专题讨论、趣味知识问答等教学形式，并结合大量纪录片、统计数据、新闻视频、连锁企业案例材料等资料，让学生全面而系统的了解连锁经营管理基本知识，学会连锁店铺选址和商圈分析及选择技巧，掌握连锁店铺设计与布局的基本方法，掌握连锁营销管理的基本内容，掌握连锁商品管理的重要意义，掌握连锁企业内部管理的方方面面。 （2）通过不同行业及不同连锁企业的举例和讨论，使学生学会运用课程知识分析具体某个具体的连锁行业，了解该行业发展的基本情况，会针对性的分析行业内的代表性企业，了解连锁企业及其所在行业的发展现状和未来趋势。		
基本要求		（1）本课程希望学生能全面了解连锁经营管理的基本理论体系 （2）会用课程所学方法分析不同连锁企业发展情况 （3）会用课程知识综合分析某个连锁行业发展情况及未来趋势 （4）会在生活中观察思考连锁经营发展对社会及个人的重要价值意义		

(2) 整合营销沟通

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《整合营销沟通》是高等院校经济管理类专业的专业课程之一，是在学生掌握了必要的管理学和营销学基础知识之后开设的兼具理论性和实用性的综合应用型课程。本课程通常作为专业类选修课，在第二学年或第三学年开设。本课程是市场营销专业的专业核心选修课，以理论教学为主，并穿插部份案例应用分析，使理论和实践更好结合。		
主要内容		营销沟通的基本理论介绍，营销沟通的外部环境分析，营销沟通的具体方式方法		
课程目标	预期素质获得	良好的心理素质、团队合作精神、人文与科学素养		
	预期能力获得	良好的创新性思考问题与解决问题的能力，良好的营销策划能力，良好的团队协作能力		
	预期知识获得	目标群体分类理论、品牌定位理论、广告讯息诉求与代言人的选择、广告媒体的适用性、其他沟通方式的优缺点与分类		
基本要求		通过本课程的学习，要求学生能够综合运用所学各相关课程的知识，在分析企业营销管理现状和未来发展目标的基础上，结合考虑企业的目标消费群体、广告管理等方面，提出有针对性的整合营销沟通方案。		

(3) 消费者行为学(A)

学分		3	学时	48
先修课程		无	相近课程	消费者行为学（B）
课程性质		消费者行为学是市场营销专业及国际商务专业的一门专业主干课程。它是一门在多学科交叉基础上形成的综合性、边缘性学科，是心理学和行为科学基础理论在当代市场营销理论与实践中的应用，是在市场经济需求的推动下产生的一门应用学科。消费者行为学属于市场营销专业必修课，在第三学期开设。在国际商务专业属于 B 类专业选修课程，于第四学期开设。		
主要内容		消费者行为学旨在揭示和描述消费者行为的表现、提示消费者行为规律和产生的原因、预测和引导消费者行为。其研究内容主要有：影响消费者行为的内在因素如知觉、学习与记忆、动机与价值观、态度、个性与自我观念等；影响消费者行为的外在因素如文化、亚文化等；消费者决策过程及组织购买行为等方面。课程教学方式以理论教学为主，辅之以大量实际案例分析讨论，力求使理论与实践紧密结合。		
课程目标	预期素质获得	形成创新性思考习惯，建立独立自信的心理机制。		
	预期能力获得	具有独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的能力。		
	预期知识获得	获得消费者购买行为的一般特征和购买决策过程，及其不同消费者个体差异对其消费行为的影响的基本知识。		
基本要求		课程教学以理论教学为主，结合实际案例来诠释学科理论。要求学生课前做好预习，课堂中积极参与教学活动，课后做好案例分析及相关章节作业。		

(4) 公共关系学

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是行政管理专业的专业选修课，是该专业拓展性课程之一。也是工商管理专业的一门专业选修课。		
主要内容		通过本课程的学习，使学生系统的掌握公共关系的基本概念、基本知识和基本理论，了解公共关系的起源与产生的历史条件，公共关系主要职能与基本原则，掌握公共关系的组织机构和人员构成及其沟通技巧，掌握辨别对象型公共关系的标准与方法，掌握公共关系的一般工作程序，学会运用所学公共关系礼仪知识提升自身演讲艺术、人际交往能力和危机公共技巧，培养学习者的现代公共关系意识，激发创新思维，提高素质与能力，增强综合竞争力。		
课程目标	预期素质获得	掌握公共关系基本理论知识，具备灵活应用公共关系学相关知识处理公共关系的基本素质与通行惯例，能独立思考并分析国际公共关系事件。		
	预期能力获得	掌握公共关系实务操作技能，在学习与实践中培养运用公共关系知识处理具体实践问题的能力，掌握公共关系学实践的基本技巧。		
	预期知识获得	了解公共关系前沿理论和最新实践成果，熟悉公共关系学科研究方法，能运用规范的研究方法从事基本性的公共关系分析与研究工作。		
基本要求		本课程注重实践性和前沿性，要求学生积极课程学习，课前预习相关课程知识，积极参与课堂案例讨论与交流。学习时要注意本课程理论学习与具体实践的联系，逐步掌握公共关系相关技能和素质。此外，应积极查阅了解公共关系前言理论与最新实践成果，逐步掌握公共关系学科研究的规范方法。		

(5) 营销策划

学分		2	学时	32 (16+16)
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《营销策划》作为市场营销专业、国际经济与贸易专业和国际商务专业的专业选修课程，同时也是经管类其他专业的专业选修课；是现代企业市场营销的重要内容关键环节和主要手段，旨在帮助学生熟练掌握市场洞察能力与分析思维，在学生掌握了必要的市场营销原理和其它专业知识之后开设的以实践为主导的应用型课程，一般在大学三年级始开设。		
主要内容		此课程主要包括策划学的基本知识和策划的实务两大部分。理论部分包括营销策划的内涵、流程、组织与管理、创意与方法等，实务部分以案例分析和情景模拟为载体，对营销中的市场活动、产品、服务、品牌、企业形象、公共关系等领域分专题进行应用性策划实践。		
课程目标	预期素质获得	塑造学生的市场策划、活动策划的职业素质以及团队商业合作精神，树立现代市场营销策划观念。		
	预期能力获得	理解并能够做出营销战略策划及操作实务，并能灵活运用于实践当中。		

	预期知识获得	掌握营销策划的基本概念、内涵与流程，了解市场策划的发展趋势。
	基本要求	要求学生掌握营销策划的基本原理，并能够应用营销知识为企业的营销活动提供策划。

(6) 营销调研

学分		3	学时	48 (32+16)
先修课程		管理学原理(A) 统计学原理	相近课程	无
课程性质		本课程系市场营销专业的专业核心必修课程，也是其他商科专业的专业选修课，一般于第二学年开设。《营销调研》作为市场研究、市场营销策划和市场决策的基础，涵盖了从认识市场到制定营销决策的一切有关市场营销活动的分析和研究过程，具有科学性、理论性、方法性和实务性等特点。是企业了解市场和把握客户需求的重要手段，是辅助企业决策的基本工具。		
主要内容		本课程以理论教学为主，并在使用教材的基础上，大量开展案例讨论及各种数据挖掘与分析。对于面对当今快速变化的全球市场中，低成本、准确和适时的市场营销决策至关重要，因此主要内容包括了市场调研的计划、市场调查方法的运用、一手资料与二手资料的获取、数据的分析与运用，市场调研报告的撰写等。		
课程 目标	预期素质获得	提升学生市场洞察、营销诊断的职业素养和专业素质，为今后从事营销管理、营销策划以及市场调研等工作打下坚实的基础。		
	预期能力获得	掌握市场调查与分析能力、SPSS 等统计软件的应用与数据处理分析能力。		
	预期知识获得	学习且熟悉各种基本的调研方法和定量工具，包括掌握二手资料的应用、焦点小组、深度访谈和其他非定量调研方法，掌握询问调研法、互联网的应用、观察法、实验法、态度测量和问卷设计等调研方法，并掌握基本抽样方法、样本容量的确定、数据处理与数据分析、差分统计检验、二元变量相关与回归分析、多元变量数据分析等方法。		
基本要求		掌握基本的调研方法和定量工具，并熟练运用 SPSS 软件进行数据分析与数据处理，学会撰写市场调研报告和市场调研的计划、组织与控制等。		

2. 财务管理与金融课程

(1) 经济法(经济类)(B)

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	经济法(经济类)(A)
课程性质		《经济法(经济类)》是管理学院一门重要专业选修课程，它开设给大一、大二的学生。该课程具有很强的知识性和实用性特点，是学生今后从事有关专业工作必不可少的专业知识，也是学生今后取得相关职业、职称资格的必考课程之一。		
主要内容		本课程主要内容包括公司法、证券法、合同法、反垄断法、反不正当竞争法等相关法律知识，这些法律知识站在微观企业角度出发，考虑企业在实际运用过程中涉及的主要法律事项，包括企业设立、企业间交易、企业投融资等过程中涉及的法律法规。		
课程 目标	预期素质获得	学生通过本课程学习，首先可以树立起在经济活动中依法、守法的观念，建立规则意识；其次，学生可以获知经济纠纷解决的正确方式，在面对纠纷时，懂得如何通过法律途径保护自己，解决纠纷。再次，学生可以获取有关商业组织特别是公司在运作过程中需要遵守的法律法规及具体的法律程序方面的知识，该知识是学生未来进入商业世界必备的基础素质。		
	预期能力获得	学生可以获取在从事经济管理的相关工作中运用经济法的知识来认识 and 解决实际问题的能力，具备懂法、守法、依法保护自己合法权益的意识和能力。		
	预期知识获得	了解经济法概述中有关经济法体系、经济法渊源、法律行为和代理、诉讼等知识点；掌握有关公司设立、公司组织机构、股权或股份转让等公司法相关知识点；掌握证券法中证券发行和证券交易相关规定；掌握合同法总则关于合同订立方式、合同效力、合同履行、合同担保等知识点。		
基本要求		为了达到预期的学习目标，学生在学习过程中一定要认真听讲，吃透每一个知识点；此外，要求学生能结合教材理论知识去分析一些社会经济现象背后的法律原因，只有多用多思考才能把课堂所学的显性知识内化为自己的隐形知识。对于任课老师所布置的课前预习、课堂作业、课外作业务必认真、准时完成。		

(2) 货币银行学(B)

学分	2	学时	32
先修课程	无	相近课程	货币银行学(A)
课程性质	《货币银行学(B)》是面向我校物流专业大二学生开设的专业必修课程和其他管理类专业的专业选修课程。它是在学习和掌握了《微观经济学原理》和《宏观经济学原理》的基础上开设的。本课程以理论教学为主,结合案例分析和课堂讨论进行讲授。		
主要内容	《货币银行学(B)》研究货币与金融体系的运行机制、以及货币运行与经济运行之间关系的一门应用经济学科。该课程主要阐述货币金融方面的基本知识、基本概念、基本理论,包括货币、利率、金融机构、金融市场、货币政策、银行监管、国际金融等基本范畴及其内在关系和运动规律等。		

课程 目标	预期素质获得	通过本课程的学习,帮助学生树立正确的金融意识和金融理念,能够使学生具备基本金融知识素养。
	预期能力获得	通过本课程的学习,使学生能够具备理解和分析金融现象和金融事件的能力
	预期知识获得	通过本课程学习,学生能够获得货币金融等方面的基础知识和基本理论,了解金融机构和金融市场基本运行机制,了解国内外金融体系的一般运行规律。
基本要求		通过本课程的学习要求学生能够掌握基本的金融学知识和基础理论,能够通过对国际国内金融现象的观察和理解,能够运用所学的金融知识对国际国内金融现象和金融事件进行分析,能够将所学基本金融知识运用到工作和生活中,帮助提升自身的财富管理能力。

(3) 税法(经济类)(B)

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	税法(经济类)(A)
课程性质		税法(经济类)(B)是一门系统讲授我国税收法律法规的课程。该课程是工商管理专业的专业选修课,是学生在掌握了会计学原理后进一步了解财务、涉税知识的一门课程,一般在大三上学期开设。		
主要内容		内容包括我国目前的 18 个税种及征收管理,其中以增值税、消费税、企业所得税和个人所得税为主。		
课程 目标	预期素质获得	培养维护税法权威的法律意识,和敏锐关注我国税收政策改革和变动的职业素养。		
	预期能力获得	能对纳税人的涉税行为进行简要分析和判断、了解主要税种的纳税申报,包括税款计算、申报表填写等。		
	预期知识获得	熟悉和掌握我国最新的税收政策,主要包括增值税、消费税、企业所得税和个人所得税的税制基本要素及征收管理的内容。		
基本要求		掌握我国税制结构特点,即双主体的税制结构;熟悉我国第一大税种即增值税的相关内容;理论学习和实践相结合,因此必须关注现实税法领域的最新改革动向。		

(4) 财务报告分析(B)

学分		2	学时	32
先修课程		会计学原理(A)	相近课程	财务报告分析(A)
课程性质		《财务报告分析》是高等院校会计学和财务管理专业的专业选修课程之一,是在学生掌握了必要的财务会计知识之后开设的兼具理论性和实用性的综合应用型课程。授课对象为大三上学期的学生。		
主要内容		本课程以企业财务报告为分析对象,结合真实案例,运用哈佛分析构架,采取一定的标准和系统科学的分析方法,分析企业财务报告。		
课程	预期素质获得	获得搜集整理分析财务信息的能力,理论实际相结合,提高会计财务人员的专业素质和职业技能。		

目标	预期能力获得	掌握财务报告分析方法，为投资者、债权人、企业经营者、政府管理部门等财报信息使用者提供决策依据。
	预期知识获得	掌握战略分析、会计分析、财务分析和前景分析方法。
基本要求		做到理论与实践相结合，将财务报告分析理论方法运用到实际中，做到活学活用，教学相长。

(5) 管理经济学 (B)

学分		2	学时	32
先修课程		管理学原理 (A) 微观经济学原理	相近课程	管理经济学 (A)
课程性质		本课程是专业选修课，由工商管理、工程管理专业开设的面向经济管理相关专业的学生，经济管理相关专业的学生在具备先修课程的前提下均可在大二至大三阶段选修，一般开设学期为第四学期或第六学期。		
主要内容		课程主要包括市场机制、需求分析、需求预测、生产理论、成本分析、竞争市场、垄断经营、寡头博弈、定价决策、投资决策、风险决策等。本课程以理论教学为主，配合课堂讨论、案例分析等实践形式以多角度理解。		
课程 目标	预期素质获得	理解经济生活和企业运作的复杂性，理解企业管理模式的复杂性，形成正确的企业管理观。课程兼能锻炼学生的数量经济分析思维和计算能力。		
	预期能力获得	理解企业经营环境和管理模式，能对企业管理方法和手段进行定量分析和科学决策，能进行企业经营管理模式的优化选择和风险应对。		
	预期知识获得	通过本课程的学习，使学生掌握管理经济学的基本理论、基本方法和基本技能，熟悉市场需求和预测，熟悉生产规模经济，熟悉企业经营环境和竞争垄断机制，熟悉投资决策、风险决策和定价决策，融合贯通，建构起企业经营管理的系统性知识体系。		
基本要求		对管理的经济效益、企业资源配置的问题具有一定的额兴趣和探究欲望。		

3. 运营管理课程

(1) 项目管理(A)

学分		3	学时	48 (40+8)
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	项目管理(B)
课程性质		《项目管理(A)》是高等院校工程管理类专业的主干专业课程之一，是在学生掌握了必要的管理学和经济学基础之后所学习的兼具理论性和实用性的综合应用型课程。作为工程管理专业的一门专业必修课，《项目管理(A)》一般在第一学年第二学期开设。该课程同时也是其他经管类专业的专业选修课。		
主要内容		课程立足于项目业主，以项目生命周期为主线，全面系统讲授项目组织与管理的理论和方法，讲授项目管理 9 个知识领域：范围管理、时间管理、成本管理、质量管理、人力资源管理、沟通管理、采购管理、风险管理和整体管理，讲授现代项目全过程的基本概念、理论和主要技术方法。		
课程目标	预期素质获得	具有正确的人生观、价值观和高度的社会责任感，具有良好的职业道德；了解国家相关法律法规；具备现代项目全过程思维，初步掌握项目管理方法论；具有良好的项目团队合作精神和适应能力。		
	预期能力获得	能够在实践中运用项目管理理论和技术方法分析各类型项目，提出解决方案，能够将项目管理知识体系与企业管理、工程管理等相关专业知识综合应用；具备独立自主地学习和更新项目管理知识体系（PMBOK）、研习项目管理案例的能力。		
	预期知识获得	掌握项目管理的基本概念和九大知识体系，掌握项目生命周期各阶段的工作内容，掌握项目全过程管理的理论和主要技术方法。		
基本要求		学生通过理论学习和上机实践，要求能够运用项目管理九大知识模块，对项目启动、项目实施和项目终止等项目生命周期各阶段进行管理，使理论和实践更好结合，从而具备制定项目计划和依据项目计划实施项目管理的基本技能。		

(2) 物流与供应链管理(B)

学分		2	学时	32 (26+6)
先修课程		无	相近课程	物流与供应链管理(A)
课程性质		本课程是工商管理、国际贸易、市场营销等相关专业选修课程，一般在大三开设，培养学生理解企业物流与供应链运营管理相关概念、理论、原理与方法，以理论性为主兼具实践性的综合应用型课程。		
主要内容		企业物流与供应链战略体系规划设计构建优化，采购策略、生产计划控制方法和产品营销分销渠道制定，运输配送方式与库存策略选用，信息管理技术系统与供应链管理方法应用。		
课程	预期素质获得	具有正确人生观、价值观和高度社会责任感，具备良好职业道德；了解国家相关法律法规；具备现代物流与供应链管理思维、理论与方法；具有良好团队合作精神。		

目标	预期能力获得	能够在实践中运用物流与供应链管理理论和方法分析企业存在问题，提出优化方案，提高企业物流与供应链管理效率；具备小组合作分析实际案例，表达与交流沟通和合作适应能力。
	预期知识获得	科学规划设计构建优化企业物流与供应链战略体系，有效制定采购策略、生产计划控制方法和产品营销分销渠道，合理选用运输配送方式与库存策略，灵活应用信息管理技术系统与供应链管理方法。
基本要求		充分利用课后时间预习、复习、知识扩展与独立思考，小组合作案例搜索研习与分析分享，全面理解物流与供应链管理理论、原理与方法，提高企业物流与供应链战略决策、规划设计与运作管理能力，实现企业高效运营。

(3) 电子商务概论(B)

学分	2	学时	32
先修课程	无	相近课程	电子商务概论(A)
课程性质	本课程是工商管理、工程管理（工商项目管理）、信息管理与信息系统、日语专业的一门专业核心选修课程，也可作为经管类相关专业的选修课。		
主要内容	本课程通过理论授课使学生对电子商务的概况有基本的了解，主要内容包括电子商务的概念、不同的电子商务的商业模式、电子商务类型、盈利模式；了解电子商务的各种支撑体系；同时要求学生初步了解电子商务系统的规划和建设手段、方式、方法。		
课程目标	预期素质获得	勤勉、踏实的工作习惯和商业思维素质。	
	预期能力获得	商务分析能力、运营实践能力、演讲表达能力，达到从事电子商务运营管理一般性工作的基础业务素质。	
	预期知识获得	对电子商务运营业务的基本认知，电子商务的概况，电子商务的商业模式、电子商务类型、盈利模式；电子商务的各种支撑体系。	
基本要求		对电子商务的概况有基本的了解，掌握电子商务的各种支撑体系，掌握网络营销、电子商务运营等技能。	

(4) ERP 原理与应用

学分	3	学时	48 (32+16)
先修课程	管理学原理(A) 会计学原理(A)	相近课程	无
课程性质	本课程又名《企业资源计划》，是工商管理、物流管理、电子商务、市场营销等经管专业本科生的专业选修课，兼具理论性和应用性，一般在大学三、四年级阶段开设。		
主要内容	课程主要内容包括生产经营环境、销售与运作规划、主生产计划、物料需求计划、能力需求计划、物料采购管理、物料库存管理、生产日常控制、生产成本管理，以及 ERP 软件及系统的实施等。本课程以理论教学为主，配合上机实验等实践形式以加深对企业运作计划和流程机理的理解。		

课程 目标	预期素质获得	通过本课程的学习，预期使学生理解企业运作管理的基本规律，理解企业运作的逻辑复杂性，理解企业管理的风险艰巨性，树立认真慎重的管理思想。
	预期能力获得	本课程属于综合性的应用课程，通过本课程的学习，使学生掌握 MRP II/ERP 的运作机理，理解 ERP 软件系统的本质结构，能以一个主生产计划员的角色参与实际工作与 ERP 软件实施。
	预期知识获得	ERP 是企业运营、管理科学与信息系统之交叉综合的应用性技术，其核心内容是一套集成一体化的企业营运管理控制的技术和方法，是提高企业经营效益的重要工具，在目前企业界广泛使用。预期学生能于此获得系统的管理技法，锻炼分析性思维，理解信息技术的深层应用，也掌握一项热门的信息技术应用于企业管理的实用方法。
基本要求		本课程主体知识内容是企业运作计划与统筹控制的技术方法，要求学生应先期对工厂企业的运作模式有基本的认识。

(5) 管理信息系统(B)

学分	2	学时	32 (24+8)
先修课程	计算机基础 管理学原理(A)	相近课程	管理信息系统(A)
课程性质	该课程为信息管理与信息系统专业的专业必修课，也是经管类其他相关专业的专业选修课，适合二年级或三年级的学生修读。		
主要内容	本课程从管理、组织和技术三个不同维度系统地阐述信息系统概念、技术基础、应用系统、安全管理、商业伦理、系统开发、系统实施、项目管理、组织变革等主题，反映当代管理信息系统的最新水平，将 IT 技术、应用和组织与管理相融合，帮助学生管理信息系统形成统一的认识。课程以课堂讲授为主，配合案例分析、上机操作、课堂讨论等方式。		
课程 目标	预期素质获得	通过案例分析训练培养学生获得良好的心理素质和团队合作精神。	
	预期能力获得	通过本课程的学习，可获得良好的沟通与表达能力，以及良好的团队协作能力。	
	预期知识获得	通过本课程的学习，可获得组织中的信息管理，能够正确分析、评价组织中开发和信息技术的管理问题。	
基本要求		《管理信息系统(B)》课程内容丰富，每章均有开篇案例和章后案例，学生除了认真听课以外应充分利用时间进行预习、复习，以及认真完成老师布置的作业，包括判断题、选择题、案例分析题、上机操作练习。	

(6) 运筹学(B)

学分	2	学时	32 (30+2)
先修课程	无	相近课程	运筹学(A)
课程性质	《运筹学(B)》课程是工商管理、信息管理与信息系统、工程管理（房建工程项目管理）及工程造价等专业的专业选修课，可安排在二年级下（或三年级上）学期。		

主要内容		本课程主要介绍运筹学的基础知识，通过建立数学模型或模拟模型，学习如何合理、有效、经济地利用资源，解决管理决策问题。
课程目标	预期素质获得	使学生具备科学精神、人文素养和专业素质，具备良好的科学思维、系统思维和管理思维。
	预期能力获得	使学生具有良好的获取知识与自主学习能力；具备将项目管理知识体系、企业管理、工程管理等专业知识综合应用的实践能力；具备综合利用管理学、经济学、工程技术专业知识解决相关工程管理问题的基本能力。
	预期知识获得	使学生掌握运筹学等管理科学与工程类专业的基本知识和基本理论。
基本要求		本课程应大量引用和使用企业管理优化决策实践中的例子，特别是能反应目前我国管理实践中的案例，引导学生自觉地运用所学理论与实际工作相联系，解决现实中的问题。要求学生掌握运筹学各种模型的建模基本步骤，能够针对现实中的经济管理问题建立适当的运筹学模型，并能使用一种软件进行求解，最后能够对软件的求解结果进行分析使之应用于实际的管理决策中。

(7) 服务管理

学分		3	学时	48
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无
课程性质		服务管理是管理学领域内的运用环节之一部份，是在学生在掌握了必要的企业管理知识后，对服务业管理的进一步拓展和学会如何综合运用的兼具理论性和实用性的综合应用型课程。本课程是工商管理专业和旅游管理专业的专业教育模块的专业选修课程，也是作为管理学院相关专业的选修课程。一般开设在第五学期。		
主要内容		通过本课程的学习，学生们须能够了解服务业管理的架构与适用范围，掌握服务业管理的理论与实践的使用，以及进一步理解最新的研究议题与思路。以理论教学为主，辅以案例教学。掌握服务竞争环境、服务集聚、服务包、服务中的技术应用、服务场景、服务蓝图、服务接触等等认知的一般方法，能针对服务实施现状，针对性地提出与顾客群体需求特征相契合、与城市发展水平及未来发展趋势相适应的服务创新升级实践对策建议或一般性判断。		
课程目标	预期素质获得	具有国际视野，具备专业素养，具有服务创新精神和专业服务管理意识。		
	预期能力获得	能够应用管理理论和方法分析并解决理论与实践问题，如服务要素升级（支持设施、辅助物品、信息、显性服务、隐性服务的升级实现）、服务创新升级（成本、效率、体验的优化）等。		
	预期知识获得	掌握服务竞争环境、服务集聚、服务包、服务中的技术应用、服务场景、服务蓝图、服务接触等等认知的一般知识和方法。		
基本要求		具备服务业基本认知及企业运作管理的一般概念。		

(8) 质量管理

学分		2	学时	32 (30+2)
先修课程		管理学原理(A)	相近课程	无
课程性质		本课程是物流管理及工商管理专业的专业选修课，一般在四年级第一学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。		
主要内容		本课程主要包含质量管理的历史和理论架构，全球供应链质量与国际质量标准，质量功能展开（QFD）的理念，质量工具的应用，过程控制图的应用，六西格玛管理与工具，可靠性分析。		
课程目标	预期素质获得	（1）进一步质量管理的重要性意识；（2）具有国际视野，具备专业素养；（3）具有创新精神和创业意识。		
	预期能力获得	（1）能够应用质量管理的理论和工具分析并解决实践问题；（2）能够独立自主或通过合作分析制造企业关于质量管理的实际案例能力。		
	预期知识获得	（1）通过本课程的学习使学生了解质量管理的基础知识和管理工具；（2）在质量管理的基础上，进一步获得与生产计划知识的关联性，有利于选择合格供应商和执行 MRP，对于就业后的工作应具有用有非常实务的帮助。		
基本要求		（1）深刻理解质量管理课程在采购与制造模块中的位置；（2）充分认识质量管理是如何影响物流与供应链管理的效率与效益；（3）初步熟悉质量管理对于制造业生产各个层面的计划的作用和意义。		

(9) 物料与库存管理

学分		2	学时	32 (30+2)
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是物流管理专业 2018 及以前年级的专业必修课，在二年级第一学期开设，同时，该课程亦属工商管理专业的专业选修课，为理论教学课程体系的组成部分。		
主要内容		本课程主要涵盖了物料管理、生产计划与控制系统（生产计划、主生产计划、物料需求计划、产能管理、生产作业控制）和库存管理的基本理论、流程和方法。		
课程目标	预期素质获得	（1）进一步树立物料管理的系统流程意识；（2）具备良好的科学人文素养和国际视野；（3）具备较强的创新精神和创业意识。		
	预期能力获得	（1）较好的分析问题和解决问题的能力，具有较强的物流业务数据分析处理能力，具有解决企业供应链物流管理系统问题的基本能力。（2）独立获取本专业相关知识的学习能力。（3）将所学习的专业理论与知识融会贯通，包括能够根据生产制造业的实际情况协调生产、营销、工程和财务之间的关系。将理论灵活应用于专业实践之中的基本工作技能和实践能力。		
	预期知识获得	（1）通过本课程的学习使学生了解物料管理在供应链管理中的重要地位，掌握物料管理的流程和方法；（2）使学生了解在制造和商贸企业物料管理所覆盖的内容以及来如何应用专业方法降低物料管理成本，提高运营效率；（3）使学生		

		掌握物料计划的几个层次，对应每个层次的产能管理，以及对计划的实施进行控制，在制造业运作过程中做好每个步骤的计划；（4）熟悉库存管理的几种方法，能在实际应用中较好的控制库存。
基本要求		（1）深刻理解物料与库存管理课程在供应链课程系列中的位置。 （2）充分认识物料与库存管理课程与专业主干课“运营管理”课程的关系。 （3）初步熟悉物料与库存管理课程知识对于制造业和商贸企业物料管理的意义。

（10）生产计划与控制

学分		3	学时	48（46+2）
先修课程		企业运营管理(A) OR 企业运营管理(B)	相近课程	无
课程性质		本课程是工商管理专业的专业选修课，一般在三年级第一学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。		
主要内容		本课程主要涵盖了两部分内容，上篇主要是生产系统的基础知识，包含生产流程、生产方式、生产系统设施规划与布置、装配线的平衡技术、工作系统的设计和准时制生产。下篇主要是生产计划与控制的内容，包含整体的生产规划、产销预测与生产计划、生产能力计划、生产作业计划、生产作业控制和设备管理。		
课程目标	预期素质获得	（1）进一步树立对生产系统的规划与控制意识；（2）具有国际视野，具备专业素养；（3）具有创新精神和创业意识。		
	预期能力获得	（1）能够应用生产系统的理论和方法分析并解决理论与实践问题；（2）能够独立自主或通过合作分析生产企业的生产计划与控制的实际案例能力。		
	预期知识获得	（1）通过本课程的学习使学生了解生产系统的基础知识，为学习生产计划与控制的内容做好铺垫；（2）在生产系统基础和企业运营管理的基础上，进一步掌握作业层面的生产计划与控制知识，对于就业后的工作应具有有非常实务的帮助。		
基本要求		（1）深刻理解生产计划与控制课程在运营管理模块中的位置；（2）充分认识生产计划与控制课程与专业必修课“企业运营管理”课程的关系；（3）初步熟悉生产计划与控制课程知识对于制造业生产系统规划的意义。		

4. 人力资源管理

(1) 组织行为学(A)

学分		3	学时	48 (42+6)
先修课程		管理学原理(A)	相近课程	组织行为学(B)
课程性质		组织行为学是研究组织（主要指企业组织）中人的心理和行为的规律的科学，启发学生对组织中人的行为三个层次（个体行为、群体行为、组织行为）进行深入探讨的能力，是管理学科群中重要的核心课程，是人力资源管理学科基础课程。本课程是管理类和经济类各专业的专业选修课，一般开设在第三学期。		
主要内容		本课程以行为科学（主要指心理学）的理论和方法为主要知识基础，同时吸取借鉴经济学和政治学等知识，研究组织（主要指企业组织）中人的心理和行为的规律性，从而提高各级管理者对人的行为的理解和引导能力，以提高组织有效性，具体内容围绕组织中人的行为的三个层次展开，主要包括个体差异、认知原理、个体态度与行为塑造、激励原理、群体心理原理、高绩效团队建设、领导原理、冲突管理、组织结构及其设计、组织文化建设以及组织变革管理等。本课程以理论教学为主，结合案例讨论及各种应用练习，力求学生能够将知识融会贯通、学以致用。		
课程目标	预期素质获得	具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观；对组织有效性有正确的认知；对组织中的人性有一定的敏锐性，具有国际视野，具备专业素养。		
	预期能力获得	从三个层次（个体行为、群体行为、组织行为）掌握组织内部人的行为规律的基本调控能力；掌握相关理论在实务的应用能力等；利用个案进行探讨以扩充学习视野。		
	预期知识获得	掌握组织内部人的行为规律的基础知识，如何系统科学有效的影响人的行为（学习及态度改变、组织文化建设、有效激励等），将理论融合于实务应用中，理解群体心理，工作团队及其组建、组织变革和学习等。		
基本要求		本课程教学注重理论知识学习和实际应用能力的培养的紧密结合，学生不仅需要注重理论的系统学习，而且要注重通过案例分析、团队训练和课外调研等环节的实践学习，提高分析问题、解决问题的能力。		

(2) 人才测评与招聘

学分		2	学时	32
先修课程		人力资源管理(A) OR 人力资源管理(B)	相近课程	无
课程性质		本课程是高等院校工商管理专业的专业选修课，一般在二年级上学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，人才测评与招聘是一门实践性很强的课程，每个组织的管理者都需要具备一定的人力资源管理技能尤其是人才测评与招聘技能，其它专业的学生也可以选修。		
主要内容		人才测评与招聘是一门深入探讨如何依据科学的人才测评理论和技术提高企业招聘有效性的学科，使学生掌握与学习人才测评的基本理念、理论和方法，了解理论内容如何应用在招聘实务工作上，从而达到学习与实际应用的目的，也了解在人才测评领域的前沿发展理论与技术。该课程以理论教学为主，在理论教学中辅以企业个案进行教学，使理论课程和管理实务结合。		

课程 目标	预期素质获得	形成站在组织角度思考问题的全局性、战略性思维，公正、客观地为人处事原则，与其他同事的团队协作精神，简洁、高效地工作方式和实干主义。
	预期能力获得	能够站在公司战略高度对公司人力资源进行盘点，发现公司发展所需要的人才需求，并通过合适的招募渠道、科学的测评方法为公司甄选、考察应聘人员，获取满足公司发展的人才，与人力资源其它模块一起协同开发组织人力资源。
	预期知识获得	人才测评与招聘的基本理论、人才测评与招聘流程设计、人才测评与招聘方法及应用等。
基本要求		人才测评与招聘是一门实践性很强的课程，学生不仅需要注意测评理论的系统学习，而且要注重通过案例分析和课外调研等环节的实践学习，提高分析问题、解决问题的能力。学生在学习的过程中可以结合自己的生活，比如学校学生社团纳新、志愿者招募、学生会竞选、校园招聘等来思考人才测评与招聘工作在其中的应用，提升对人才测评与招聘知识的理解和运用能力。

(3) 劳动与社会保障法(管理类)

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是行政管理与工商管理专业的专业选修课，一般面向行政管理和工商管理本科专业二年级或三年级学生开设，为理论教学课程体系的组成部分。		
主要内容		劳动与社会保障法是以保护劳动者合法权益、贯彻宪法劳动权为首要宗旨的法律部门。本课程就劳动与社会保障法的基本术语、核心理念、基本原则和基本理论进行全面的讲授，以课堂基础理论讲授为主。		
课程 目标	预期素质获得	牢固树立正确的世界观、人生观、价值观，坚持劳动权、实质正义和社会本位等基本立场，具备维护社会利益、建设社会主义法治国家的责任感和使命感。		
	预期能力获得	运用所学的劳动法理论和知识以及劳动法律、法规、政策来分析和解决现实生活中的实际问题的能力，能运用所学的知识保护劳动者的合法权益，维护社会主义市场经济的劳动制度。		
	预期知识获得	系统掌握劳动与社会保障法的基本概念和基本理论，重点掌握劳动关系与劳动合同的相关知识，了解劳动争议处理的相关程序。		
基本要求		劳动与社会保障法体系庞大，内容繁多，实用性强，学生应充分利用课后时间进行预习、复习以及知识的扩展，就老师提出的思考点进行独立的思考，并利用中国劳动法律网、中国劳动法网等数据库进行案例的搜索和研习，提升对劳动与社会保障法的理解和运用能力。		

(4) 员工开发与培训

学分		2	学时	32
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无

课程性质		本课程是高等院校工商管理专业的专业选修课，一般在二年级下学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，员工开发与培训是一门实践性很强的课程，每个组织的管理者都需要具备一定的人力资源管理技能尤其是员工开发与培训技能，其它专业的学生也可以选修。
主要内容		员工开发与培训是人力资源管理中的一项重要职能，该课程系统地阐述企业员工培训与开发的理论和方法。课程的主要内容包括：员工开发与培训的基本概念和原理、如何根据企业战略规划开发培训需求和制订培训计划、各种培训的方法、培训效果评估等。该课程以理论教学为主，在理论教学中辅以企业个案进行教学，使理论课程和管理实务结合。
课程目标	预期素质获得	形成站在组织角度思考问题的全局性、战略性思维，因材施教、合作共赢的培训理念，与其他同事的团队协作精神，简洁、高效地工作方式和实干主义。
	预期能力获得	能够设计科学的培训开发流程，从公司战略高度制订培训开发体系，运用科学、高效的培训渠道和方法提升员工能力和素质，并将培训效果切实转化为生产力，提升员工和组织绩效，与人力资源管理其他工作对接协同开发组织人力资源。
	预期知识获得	了解开发与培训的基础理论体系，了解企业的战略规划与开发培训之间的关系，组织体系部门与企业培训员工发展相关性，企业内部培训如何进行开展与推动、学习企业培训实务工作的执行与开发与培训成效的评估，掌握开发与培训的一般原则和方法，了解开发与培训管理功能在企业中实际运作与应用。
基本要求		员工开发与培训是一门实践性很强的课程，与我们的日常生活密切相关。学生在学习的过程中可以结合自己的生活，比如教师给学生上课、学生课程报告、学校和实习、实践单位开展的各类培训等等来思考开发与培训工作在其中的应用，提升对开发与培训知识的理解和运用能力。

(5) 绩效管理

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理(A) 人力资源管理(A) OR 人力资源管理(B) OR 公共部门人力资源管理	相近课程	无
课程性质	本课程是高等院校工商管理专业的专业选修课，是在学习完《管理学原理》课程中的人力资源管理章节内容或者《人力资源管理》课程后对其中绩效管理模块的进一步深入学习。一般在三年级上学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，绩效管理是一门实践性很强的课程，每个组织的管理者都需要具备一定的人力资源管理技能尤其是绩效管理技能，其它专业的学生也可以选修。		
主要内容	绩效管理是所有组织人力资源管理工作中的其中一项工作，旨在通过结合公司战略设计科学的绩效管理体系，合理评估和改善员工工作绩效，从而提高组织绩效和实现组织战略目标。本课程就绩效管理的基础理论、流程设计、绩效计划和指标体系构建、过程控制、绩效考核与评价、绩效反馈与面谈以及绩效考核结果的运用等进行全面的讲授，以理论教学为主，辅以企业案例，使理论和实践相结合。		

课程 目标	预期素质获得	形成站在组织角度思考问题的全局性、战略性思维，公正、客观地为人处事原则，与其他同事的团队协作精神，简洁、高效地工作方式和实干主义。
	预期能力获得	能够设计科学的绩效管理流程，从公司战略高度制订绩效计划和考核指标体系，运用公平、合理的考核方法评估组织和员工绩效，学会如何进行绩效考核过程控制、结果反馈以及将绩效考核结果与人力资源管理其他工作对接，协同开发组织人力资源。
	预期知识获得	绩效管理的基本理论、绩效管理流程设计、绩效计划和指标体系构建、绩效考核方法及应用、绩效结果反馈与面谈、绩效考核结果运用。
基本要求		绩效管理是一门实践性很强的课程，与我们的日常生活密切相关。学生在学习的过程中可以结合自己的生活，比如学校对教师和学生的考核、教师对学生的课程考核、教师和学生互评、班级和学校社团的内部管理等等来思考绩效管理工作的应用，提升对绩效管理知识的理解和运用能力。

(6) 薪酬管理

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理(A) 人力资源管理(A) OR 人力资源管理(B) OR 公共部门人力资源管理	相近课程	无
课程性质	本课程是高等院校工商管理专业的专业选修课，一般在三年级上学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，薪酬管理是一门实践性很强的课程，每个组织的管理者都需要具备一定的人力资源管理技能尤其是薪酬管理技能，其它专业的学生也可以选修。		
主要内容	薪酬管理是所有组织人力资源管理工作中的其中一项工作，旨在根据公司的战略目标制定员工的工资和报酬，经由薪酬管理的过程来制定员工的薪酬政策和激励措施，给予员工适当的薪酬及福利，进而有效地调动员工的工作积极性。本课程主要让学生了解薪酬管理的基础理论体系，了解企业的战略规划与薪酬管理之间的关系，组织体系部门与薪酬管理的相关性，企业内部薪酬管理如何进行开展与推动、学习企业薪酬管理实务工作的执行与薪酬管理成效的评估，掌握薪酬管理的一般原则和方法，了解薪酬管理功能在企业中实际运作与应用。以理论教学为主，辅以企业案例，使理论和实践相结合。		
课程 目标	预期素质获得	形成站在组织角度思考问题的全局性、战略性思维，公正、客观地为人处事原则，与其他同事的团队协作精神，简洁、高效地工作方式和实干主义。	
	预期能力获得	能够设计科学的薪酬管理流程，从公司战略高度制订薪酬预算和进行人工成本核算，运用公平、合理的薪酬体系为员工提供生活保障和激励员工，学会如何将薪酬管理与人力资源管理其他工作对接，协同开发组织人力资源。	
	预期知识获得	使学生掌握与学习薪酬管理的基本理念、理论、方法和运用，了解理论内容如何应用在实务工作上，从而达到学习与实际应用的目的，也了解在人力资源薪酬管理领域的前沿发展理论与方向。	

基本要求	薪酬福利与我们每个人的生活都息息相关。学生在学习的过程中可以结合自己父母及其他亲朋好友在企业等组织里或者自己在打工或实习时所获得的报酬，来了解不同国家、不同行业、不同组织的薪酬结构和水平等，提升对薪酬及薪酬管理的理解和运用能力。
-------------	--

(7) 员工关系管理

学分		2	学时	32
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无
课程性质		本课程是高等院校工商管理专业的专业选修课，一般在三年级下学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，员工关系管理是一门实践性很强的课程，每个组织的管理者都需要具备一定的人力资源管理技能尤其是员工关系管理技能，其它专业的学生也可以选修。		
主要内容		员工关系管理意在使学生进一步了解在企业人力资源体系中，各级管理人员和人力资源职能人员，如何通过拟订和实施各项人力资源政策和实践，以及其他的沟通手段，来调节企业和员工、员工与员工之间的相互联系和影响，从而实现组织的目标并确保员工关系的和谐发展。课程以理论教学为主，同时在每一讲中结合不同的企业员工关系管理实际案例作为说明，以达到理论验证与实际应用相结合的效果。		
课程目标	预期素质获得	形成站在组织角度思考问题的全局性、战略性思维，公正、客观地为人处事原则，与其他同事的团队协作精神，简洁、高效地工作方式和实干主义。		
	预期能力获得	能够设计科学的员工关系管理流程，从公司层面制订员工关系管理体系，运用公平、合理、换位思考和以人为本的方法和心态合情、合理、合法处理企业与员工、员工与员工之间的各种争议、纠纷和事故等，将员工关系管理与人力资源管理其他工作对接，协同开发组织人力资源。		
	预期知识获得	员工劳动合同管理、员工离职、员工辞退、裁员管理，员工纪律，员工参与和沟通，劳动争议处理，员工安全管理，员工压力管理，员工满意度，非正式雇用员工关系管理，多元化员工关系管理等。		
基本要求		员工关系管理是一门实践性很强的课程，与我们的日常生活密切相关。要求学生在课程学习中重视理论学习的同时重视通过案例分析等加强理论的分析应用能力。学生在学习的过程中可以结合自己的生活，比如社会实践、毕业实习过程中所遇到的事情、学生社团或协会等组织中所发生的各种人事关系等等来思考员工关系管理工作在其中的应用，提升对员工关系管理知识的理解和运用能力。		

5. 企业管理工具及应用课程

(1) 国际企业管理

学分		2	学时	32
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无
课程性质		国际企业管理是一门结合世界经济和国际企业的实际，系统地阐述了国际企业组织管理、战略管理、营销管理等各相关领域的课程。本课程是高等院校工商管理专业的专业核心选修课，也可以作为管理学院其他相关专业的专业选修课，一般在大学二年级或三年级开设。		
主要内容		介绍国际企业管理的基本理论、基本知识，介绍国际企业发展的一般规律，讲授跨国投资的基本理论和方法以及国际化经营的战略和策略，讲授国际企业各职能管理的理论和方法。		
课程目标	预期素质获得	具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观；对管理环境有一定的敏锐性，具有国际视野，具备专业素养；对国际企业社会责任感有正确的认知。		
	预期能力获得	训练学生充分理解相关国际企业理论在实务的应用，训练学生能够应用国际企业管理的理论和方法分析并解决实践问题的能力；训练学生具备国际企业管理者的全球战略思维、全局统筹规划能力、跨文化沟通能力等。		
	预期知识获得	掌握国际企业的基本特征，国际环境的构成要素，国际战略管理、国际营销、国际人力资源管理等活动的基本概念、原理以及一般方法等。		
基本要求		学生在学习中要注意国际企业管理是一门动态的学科，所有的知识点都必须紧紧扣住时代发展的脉动，在系统掌握国际企业管理理论的基础上，掌握解决企业国际化经营过程中的各领域问题的思路。		

(2) 管理咨询工具

学分		2	学时	32 (28+4)
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无
课程性质		管理咨询工具课程是工商管理专业的企业管理工具及应用课程专业教育模块的专业选修课程，是在学生在掌握了必要的企业管理知识后的进一步拓展和学会如何综合运用的兼具理论性和实用性的综合应用型课程。本课程授课对象为三年级以上学生为主。以理论教学为主，并穿插部份案例应用教学，使理论和应用更好结合。		
主要内容		主要介绍解管理咨询的常用工具与方法、适用范围及其实践应用案例。		
课程目标	预期素质获得	具有国际视野，具备管理咨询专业素养。		
	预期能力获得	能够应用管理理论和方法分析并解决理论与实践问题，如掌握战略、研发、生产、质量等管理咨询工具，并能应用于解决企业实践问题的能力。		
	预期知识获得	掌握管理咨询工具的运用与适用范围的相关知识。		
基本要求		了解管理学基本原理、企业生产运营的一般规律，具备统计学与运筹学基础知识。通过课程的学习，能够将管理咨询工具应用于实务分析。		

(3) 商业伦理与企业社会责任

学分		2	学时	32 (24+8)
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程主要针对大三学生开放选修,属于管理学门的延伸课程,建议学生修读过管理学后再选修。		
主要内容		本课程阐述了商业伦理与企业社会责任的思想体系、理论框架与实践方法。本课程综合运用了经济学、管理学、信息经济学、制度经济学、行为科学、经济法学、社会学、系统论、博弈论和伦理学以及心理学理论,重点论述商业伦理道德原则、企业对外经营道德规范、企业内部管理道德规范、企业法律责任与慈善责任、会计与审计职业道德规范、商业伦理道德实践活动、企业社会责任报告与鉴证、企业社会责任标准、规则与体系等内容。本课程以课堂基础理论讲授为主,以实践教学为辅。		
课程目标	预期素质获得	本课程主要是结合社会经济生活中诚信缺失情况和突出的商业伦理问题,延伸教导管理学的商业伦理道德与企业责任主题。使学生能树立正确的企业观、人生观、价值观,养成良好企业经理人素养与扎实专业知识。		
	预期能力获得	本课程通过经典案例教学方式,可培养学生树立探究企业经营的职业核心意识,提高未来担任职业经理人能力,实现“教、学、做”统一目标,具备在企业中成为优秀与正确职业经理人的管理能力。		
	预期知识获得	主要从商业伦理的基本理论出发,发展为企业社会责任的完整理论体系。使学生掌握正确的职业经理人所应该具备的正确观念,进而与国际现代企业社会责任体系、标准相接轨。		
基本要求		本课程案例内容繁多,尤其是各章的案例分折,涉及较深入的不同企业发展过程与故事,因此需要同学们充分利用课前、课后时间进行预习、复习以及知识的扩展,就老师提出的思考点、作业进行独立思考,并利用知网、校园网等数据库进行案例的搜索和研习,提升对相关理论的理解和运用能力。最后的专题报告写作更需要小组成员发挥团队协作能力,完整地讲述演绎一篇与“商业伦理与企业社会责任”有关的短剧故事,并作成视频与书面报告呈现,有一定的工作难度挑战。		

(4) 文化市场营销

学分		2	学时	32 (28+4)
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《文化市场营销》是文化产业管理专业的专业选修课程之一,隶属于:课程组F:文化创新创业工作室,一般开设于第二学年第一学期;也是工商管理、工程管理(工商项目管理)专业的一门专业选修课。		
主要内容		本课程以理论教学为主,适当穿插相应的文化市场营销案例,是一门结合文化市场的特殊性系统而深入地讲授文化市场营销的基本构成要素、基本原理、基本操作流程以及实践方法的课程。		
课程目标	预期素质获得	文化产业管理职业素养。		
	预期能力获得	文化产业市场营销能力,文化产业市场营销文案写作能力。		
	预期知识获得	文化产业市场营销项目策划方法。		

基本要求	通过本课程的学习,学生应掌握文化产业市场营销调研、分析、创新、管理以及合作的能力。
-------------	---

(5) 管理专业英语

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是管理学院工商管理专业和工程目管理（工商项目管理）专业的专业选修课，也是管理学院和商学院相关专业的选修课程，一般在第二学年第一学期或第三学年第一学期开设，为理论教学课程体系的组成部分。		
主要内容		涵盖管理英语、职场英语、社交英语和商务英语四个板块，通过设置不同的主题模拟国际公司工作环境和工作状态，教授学生基础商务伦理和交往规范。		
课程 目标	预期素质获得	具有正确的人生观、价值观和高度的社会责任感，坚持对外开放、合作共赢的国际立场，具有良好的职业道德修养。		
	预期能力获得	使学生具有英语听、说、读、写、译的实际运用能力与跨文化交际能力。		
	预期知识获得	系统掌握常用商务短语、文化、商业理念和主题词汇，商务技巧和英语能力齐头并进。		
基本要求		通过学习该课程，要求学生了解、熟悉并掌握商务有关的常用英语词汇、专业术语、表达方式以及一些商贸相关知识，能够应用所学的英语技能在商务环境中进行有效的交际与沟通，能较好应用英语处理商务中的一些事物和问题。		

(6) 领导学

学分		2	学时	32
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无
课程性质		领导学是研究组织中领导行为规律的科学，是管理学科群中的重要课程，是工商管理专业的专业选修课；一般开设在第六学期。		
主要内容		学习的理论和知识主要是一一领导的本质、领导行为、领导组织变革、授权领导、领导者的个人特质和技巧、有效领导的权变理论、领导中的权力与影响力、团队领导、战略领导、领袖魅力型与变革型领导理论、跨文化领导和多元化、整合与展望等。		
课程 目标	预期素质获得	具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观；对组织有效性、管理有效性、人际影响力有正确的认知；对组织中的人性有一定的敏锐性，具有国际视野，具备专业素养。		
	预期能力获得	通过本课程的教学，将理论阐述和实践行动指南相结合；使学生能提高对领导学理论与实践结合，提高分析问题、运用理论及真正领导行动的能力。		
	预期知识获得	掌握领导的本质、领导行为、领导组织变革、授权领导、领导者的个人特质和技巧、领导中的权力与影响力、团队领导、战略领导、领导力理论及其进展、跨文化领导和多元化、整合与展望等知识。		
基本要求		充分掌握上述主要内容各项的知识点意义与内涵，勤于作业并勇于参与讨论，将理论应用于实践。		

(7) 管理学前沿讲座

学分		2	学时	32
先修课程		管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	相近课程	无
课程性质		本课程为工商管理专业的专业选修课，作为专业选修课的管理方向延伸课程。课程偏向学术研究内容，本课程是工商管理专业的专业选修课，一般开设在第三学年第二学期。		
主要内容		本课程旨在介绍当今管理学领域的前沿研究及学术成果，对当前管理前沿进行评论。透过本课程，学生可以掌握当今管理学的最新发展跟趋势，并进一步理解最新的研究议题与思路。		
课程目标	预期素质获得	具有高度的社会责任感，良好的职业道德，具有良好的心理素质、团队合作精神和管理学前沿的分析能力，具有创新精神。		
	预期能力获得	具有良好的获取知识与自主学习能力，具备将相关专业知识综合应用于管理学前沿讲座的实践能力，具有较强的管理学前沿分析以及演示的表达能力和管理能力。		
	预期知识获得	掌握管理学前沿的基本知识和基本理论，掌握分析工具，掌握管理学发展的趋势与前沿研究的意义与方法，了解最新的研究议题与思路。		
基本要求		学生在学习时要注意管理学前沿是一门动态的学科，所有的知识点都必须紧紧扣住时代的脉动，要有充分的实用性及应用广度。绝不是一门纯理论论述的学科，而是可以完全灵活运用的学问，学习时要把握管理学前沿的科学性与艺术性，学习和熟悉管理学的内涵也是掌握现代企业完备知识体系的重要基础。		

(8) 行业环境与产业竞争

学分		3	学时	48
先修课程		管理学原理(A)	相近课程	无
课程性质		本课程将向学生演绎企业管理层最关心的主要问题，全面展示商业和竞争行为的一系列分析技术。本课程是工商管理、工程管理（工商项目管理）、金融学等专业的专业选修课，一般在第三年第二学期开设。		
主要内容		本课程内容包括：宏观环境、产业环境，内部环境、战略集团、市场信号、企业使命、战略目标，公司战略、国际化经营战略、多元化战略、竞争战略、战略选择、资源规划与配置，战略与组织结构、战略控制、管理战略变革等基本概念、基本方法与基本理论；在熟练掌握上述内容的基础上，应能利用有关理论和方法，分析行业环境和产业竞争中的具体问题，并初步能够提出解决问题的方案。		
课程目标	预期素质获得	1.具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观，具有良好的公民意识和社会责任感。 2.具有国际视野，具备专业素养，具有创新精神和创业意识。 3.坚持对外开放、合作共赢的国际立场，具备增进人类共同利益、建设社会主义法治国家的责任感和使命感。		
	预期能力获得	1.具有良好的获取知识能力与自主学习能力。 2.能够应用管理理论和方法分析并解决理论与实践问题。 3.具有较强的组织沟通能力、语言与文字表达能力、团队协作与领导能力。		

	预期知识获得	1.掌握现代化管理理论，掌握管理学、经济学、市场营销、运营管理、财务管理、创业学等理论知识与方法。 2.掌握社会学、法学、科学技术、语言文学、职业发展等相关通识性知识。
	基本要求	掌握必要的管理基础理论知识，以及了解经济学的相关原理，并能够在掌握战略管理、营销管理理论的基础上将其运用到实践分析中。

(9) 企业管理案例分析

学分		2	学时	32（16+16）
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是工商管理专业的专业选修课，也可以是商学院相关科系与专业学生的职业技能性课程，一般在第三学年第一学期或第二学期开设。		
主要内容		主要是透过个案理论教学法（ Case method of instruction ）为主，在企业管理范围内，精选组织管理、战略管理、生产运作管理、人力资源管理、财务管理、危机管理、营销管理、创业管理、企业文化管理、国际企业管理及综合领域的案例里，透过创建案例学习小组，融入基本知识点的阐释与企业诊断的视野进行问题的挖掘与讨论。		
课程 目标	预期素质获得	乐于积极搜索资料及挖掘问题的求知态度以及客观冷静面对企业运营多变的现实。		
	预期能力获得	学习解决企业问题之程序与方法，培养独立思考之精神和积累对于企业管理实务融会贯通之实力。		
	预期知识获得	重新学习企业管理相关重要知识点，并能藉由案例讨论更有把握地加以融会贯通。		
基本要求		本课程期望学生在企业管理的实证案例中，理解企业实际运营的“现实面”，熟悉各类经营管理的问题，并在理论与实务的结合里，要求学生掌握个案教学法（ Case method of instruction ）的内容与精髓，掌握对于各类企业管理领域的问题，基本能重温并联结相关知识点；进一步从一般诊断的角度，客观综合地分析、理解及借鉴相关案例的管理启示。		

(10) 实用商务数据分析

学分	3	学时	48 (30+18)
先修课程	统计学原理	相近课程	无
课程性质	实用商务数据分析课程是工商管理专业的专业选修课，也是作为管理学院相关专业的选修课程，是高等院校应用型本科经管类专业为社会培养既有一定经济管理专业理论知识，又具有统计调查、数据分析能力并形成管理报告的人才的综合应用型课程，适合三年级学生修读，一般开设在第六学期。		
主要内容	课程围绕企业的生产经营实践，如广告促销、活动促销、销售额提升、销售量预测、顾客访问行为、顾客关系管理、顾客细分、新产品试点、顾客满意度等经营场景，重点讲述商务数据分析的基本知识，商务数据的应用（形成分析报告，并提供管理建议）等内容。		

课程 目标	预期素质获得	具有国际视野，具备专业素养。
	预期能力获得	掌握商务数据采集、数据整理的一般方法，具备应用管理理论和方法分析并解决实践问题的能力
	预期知识获得	获得描述统计、相关分析、t 检验、方差分析、非参数检验、一元及多重回归分析、信息浓缩分析分析等运营分析知识
基本要求		对数据具有一定的敏感性

6. 创新创业课程

(1) 创新思维与实践

学分		2	学时	32
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是高等学校本科生创新训练课程，是面向全校学生的职业技能选修课，一般在大学二年级及以上年级开设。创新是一个国家兴旺发展的不竭动力，也是企业生存和发展无法回避的必经之路。学习创新思维方法和参加创新实践活动对于高校培养创新型人才是十分必要的。		
主要内容		在“创新思维”方面，了解创新思维的基本概念，树立创新意识，掌握发散思维、逆向思维和辩证思维的训练方法；在“创新技法”方面，了解自由思考型，逻辑推理型，系统分析型等创新技法； 在“创新实践”方面，要求学生亲身参加创新体验活动，结合自身社会实践，以及所学专业提出创意及实施设想，并将创意及实施设想与大学生创新创业项目申报，产品设计及研发方案，市场需求调查报告，就业及创业，撰写发明专利等实践活动有机联系，并取得初步成果。		
课程 目标	预期素质获得	通过本课程的学习，促使学生开展创造性的学习和创造性的实践活动，激发学生的创新意识、增强创新欲望，并获得创新实践带来的愉悦感和成就感，使学生找到适合自己的创新思维方法和创新技法，最终形成创新人格。		
	预期能力获得	通过训练创新思维方法、掌握创新技法、培养创新精神、并获得创新经历和经验，可以使学生对课程学习和今后的工作有创新意识和创新能力，增强自信心。		
	预期知识获得	了解创新思维的形成过程，理解创新思维训练方法，掌握创新技法，及头脑风暴法的应用过程。掌握大学生创新计划书，创业计划书，发明专利申请等的撰写要求及操作方法。		
基本要求		课堂上积极参加教学互动及分组讨论，勇于发表自己的见解；认真完成作业及各类阶段报告，有独立思考及体会；积极参加创意训练等活动，每人提交 8 项创意，并通过查新，调研，确定其新意。将 1-2 项创意及实施设想深入研究后，写出大学生创新创业项目申报书，或者产品设计及研发方案，创业计划书，发明专利申请等形式的初步成果。		

(2) 新创企业营销

学分	2	学时	32 (28+4)
----	---	----	-----------

先修课程		生涯规划-探索与管理 创新与创业基础	相近课程	无
课程性质		本课程是创新创业教育孵化中心的孵化模块骨干课程之一，属学院技能选修课程，授课对象为全院各专业大二（上）及以上年级学生。		
主要内容		新创企业营销就是新创企业家为创立企业和使新创企业健康快速发展而开展的所有营销活动总和，主要包括新创企业产品营销、新创企业品牌营销、新创企业形象塑造、新创企业渠道管理等活动。		
课程 目标	预期素质获得	具有良好的企业家精神、公民意识和社会责任感；具有良好的营销创新理念、心理素质和团队合作精神。		
	预期能力获得	具有批判性思维和创新性解决问题能力；具备一定的创新项目规划能力；具有良好的沟通交流与表达能力；具备开展新创企业营销训练与实践的能力。		
	预期知识获得	掌握必要的营销创新思维方法；了解新创企业营销过程并掌握相关知识；了解营销策略并会运用基础知识。		
基本要求		课程教学要求理论和实践教学并重，引导学生了解和把握新创企业营销的特点，掌握新创企业营销的模式和方法。课程要求学生在学习训练中掌握新创企业如何在有限资源约束下通过有效营销方法和手段跨越创业鸿沟，从早期市场进入主流市场的策略和途径，结合案例教学和实景企业的营销策划报告等方式实现知识的整合和实际应用。		

（3）商业模式创新

学分		2	学时	32（26+6）
先修课程		生涯规划-探索与管理 创新与创业基础	相近课程	无
课程性质		本课程是创新创业教育孵化中心的孵化模块骨干课程之一，属学院技能选修课程。授课对象为全院各专业大二（上）及以上年级学生，以理论授课和实践实训相结合。		
主要内容		本课程从商业模式的基本概念开始，涵盖商业模式的基础知识、理论框架和模型工具；课程内容辅以丰富案例分析和实操训练，引导学生进行商业模式的价值创造体系，进而实现了商业模式创新的理论性学习和实操性训练。		
课程 目标	预期素质获得	1.具有良好的创新理念、心理素质和团队合作精神； 2.具有良好的人文、科学素养并具备一定国际视野。		
	预期能力获得	1.具有批判性思维和创新性解决问题能力； 2.具有良好的团队建设与执行能力； 3.具有良好的沟通交流与表达能力； 4.具有扎实的商业模式分析和推演能力； 5.具有良好商业模式创新设计能力； 6.具备开展创新创业训练与实践的能力。		
	预期知识获得	1.掌握必要的创新思维方法； 2.掌握商业模式的基础知识和理论框架； 3.熟悉和运用商业模式创新的工具模型； 4.了解和熟悉商业模式创新与管理过程的相关知识； 5.了解商业模式创新对企业战略的延伸影响。		

基本要求	课程要求学生学习和掌握商业模式基础理论，积极参与创新创业的实训活动，针对实景案例企业进行商业模式的调研、分析，注重理论与实践相辅相成，运用商业模式创新理论框架和操作工具，实现对企业商业模式的创新。
-------------	--

(4) 创新创业法律基础

学分		2	学时	32（28+4）
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		本课程是厦门大学嘉庚学院技能选修课程类别创新创业孵化模块的主干课程，面向全院大二（上）至大三（下）年级开设的技能选修课。		
主要内容		本课程遵循学生职业能力培养的基本规律，以创业过程为导向，分为创业企业法律模式的选择及设立、公司治理结构及公司股权转让、企业知识产权管理、企业对外的市场行为、企业对内的劳动关系、企业的解散与清算六大模块。		
课程目标	预期素质获得	培养和帮助大学生创业者提高法律素养，增强法律意识，树立法治观念，培养社会主义市场经济环境下的法律思维，增强学生建设社会主义法治国家的责任感和使命感。		
	预期能力获得	能够在未来的创业实践中主动自如地运用法律思维预防风险、掌握法律文献检索技巧，提升法律实务分析和应用能力。解决创业过程中基础司法实务问题；快速有效地寻求法律救济手段；合规合法地进行企业的组织和运营。		
	预期知识获得	掌握合同法、公司法、合伙企业法、劳动法、劳动合同法、知识产权法等创业相关法律的基础理论、主要制度与法律实践。		
基本要求		本课程教学以课堂理论教学和实践教学结合，要求学生在参加课堂理论学习的同 时，积极参与各种形式创新与创业实践教学活 动，能够通过创业模拟项目，运用所掌握的法律知识与实务技巧，提出切实可行的创业法律风险防范措施与对策。		

(5) 创业与融资

学分	3	学时	48 (32+16)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是“双创”教育的一门基础课程，兼具理论深度与实践意义。授课对象为会计与金融学院、管理学院、国商院三、四年级的各个专业，可以在春季或秋季学期开设。 该课程是一门应用性极强的课程，但在它表现出的应用性背后又蕴藏着对企业管理和资本市场相关实践和理论的深刻理解。本课程目标一方面是通过专业知识讲解培养学生的经济管理思维，使学生能够深刻理解企业融资策略、创业企业估值、创业融资合约隐含的专业知识和经济原则；另一方面通过大量案例的分析讲解使学生充分认识到风险投资和创业融资活动既是金融体系的重要部分，也是创业企业生存发展的重要资源，并进一步培养学生在经济实践中的分析判断能力和实际操作能力，从而大力提升学生的创新创业能力。		

主要内容		主要内容：本课程主要包括创业与融资理论概述、融资报告书撰写两大板块。其中，创业融资理论概述包括创业融资渠道概述、天使投资、风险投资与私募股权基金、尽职调查、风险资本对企业的推动、风险资本的退出机制、众筹融资与 P2P 模式、大学生创业融资概述等八个部分；融资报告书撰写则包括了宏观与行业机会分析、市场调查和财务预测等。
课程 目标	预期素质获得	将理论教学内容与“双创”投融资实践结合而形成的《创业与融资》课程，不仅能加深学生对基础概念与原理的理解，也能增强学生学习的趣味性、操作性，激发学生的主动性与创新性，拓展学习的深度与广度，提升学生分析问题、解决问题的能力与实践动手能力，从而提高“双创”人才培养的质量。 培育良好的政治素质、道德修养、公共意识、责任意识及敬业精神。训练牢固扎实的创业融资基础理论知识、掌握创业融资前沿理论，追踪创业融资发展趋势。
	预期能力获得	文章撰写方面，通过课堂作业的完成，了解创业融资前沿理论；通过期末作业的完成，训练基础的融资报告书撰写能力。具备良好的书面表达能力、沟通交流能力、组织协调能力、团队合作能力。掌握文献检索、资料查询、数据实证的基本方法。能够在“双创”实践活动中运用专业理论知识分析解决实际问题，能够通过对国内外各种信息加以甄别、整理与加工，从而为创业企业提供投融资咨询服务。
	预期知识获得	通过本门课程的学习，要求学生掌握创业融资的基础理论，了解创业融资的学术前沿观点，能够从宏观、中观、微观三个层面分析创业项目，透彻理解宏观经济变量对创业融资的影响，准确把握行业周期变化所带来的创业融资机会，还能够根据自身的经营状况选择合适的融资时机和对象。
基本要求		本课程依托已建成的金融实验室，在理论学习的基础上通过教师引导学生查找相关文献及数据，希望学生可以获得基本的创业文献及数据收集、处理能力，简单创业项目分析能力，以及掌握创业项目基本分析方法与基本技能。