



廈門大學嘉庚學院

XIAMEN UNIVERSITY TAN KAH KEE COLLEGE

# 专业修读指南

工商管理



2024级

# 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。他们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技能、具有创新意识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成长为一支以高级职称为主富有创造性的团队。

为了培养复合型、创新型、应用型的管理人才，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。

一直以来，管理学院始终秉承学校“以学生为中心”的办学理念，引导学生们积极参与各类学生与社团组织的活动和建设，借助这些组织实现自我服务、自我管理和自我教育。管理学院成立时，教师们以自愿为主、调剂为辅的方式组成专业教研室，推选推荐负责人；如今，教研室已成为具有自我管理运行能力的基层学习型组织。在此基础上，管理学院通过“强院弱系”模式过渡，实行扁平化管理，演变成“院-室”架构，整个管理学院也成为一个大大的学习型组织。正是这样的学习型组织，使管理学院能够在新时期从容应对新挑战，及时抓住新机遇。

近年来，随着新技术的涌现和数字经济的快速发展，工业化时代的传统商科教育面临挑战日渐式微，管理学院勇于改革，大胆创新，借助兼备商务与技术专业的优势，积极推行新商科建设，将新技术、新理念、新方法融入传统商科教育，打造“新商务+新技术+双创融合”的新课程和学科交叉专业，取得了令人欣慰的成绩。

未来，管理学院将不负使命，在人才培养、科学研究和服务社会方面继续做出积极的贡献，努力践行“自信、自律、自强、至善”的院训精神，在打造数字化时代新商科建设中奋勇前行，成为同类院校中一所不一样的商科学院。

——管理学院院长寄语

2024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.....	8
(一) 人才培养的定位.....	8
(二) 知识和专业能力的要求.....	9
(三) 课程设置 .....	9
(四) 课程教学改革.....	11
(五) 修读注意事项.....	12
四、主要专业课程简介.....	14
(一) 主要专业必修课简介.....	14
(二) 部分专业选修课程简介.....	19

## 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 40 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，工商管理专业的人才培养紧扣企业实际，连续多年在全国专业人才需求榜上位居前五名。我们对管理人才培养融入了商科新技术、新方法、新模式，侧重培养学生的数据思维、管理技术及企业家精神以满足数字经济时代的需求，毕业生具有十分广阔的就业市场。

厦门大学嘉庚学院从 2004 年开始设置工商管理专业并招生。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。学院优越的办学条件和先进的办学理念为实现人才培养提供了坚实保障。当然，培养目标的最终实现与端正态度、用心参悟以及学生对于培养方案的理解和执行有密切的关联。

## 二、人才培养方案

### （一）培养目标

本专业培养能够适应数智化时代的国家经济建设发展的需要，具有人文精神与科学素养，系统掌握现代经济管理理论及管理方法，具备数据思维，具有国际视野、本土情怀及企业家精神，具有问题意识、团队精神和沟通技能，担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有创新精神、实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、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和其他组织，从事企业经营管理、人力资源管理、数据管理、项目管理等工作，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 社会素质：具有良好的思想政治素质和正确的世界观、人生观和价值观，了解国情社情民情，具有社会责任感和法律意识，具有时代精神，崇尚劳动积极进取。

1.2 专业素质：具备良好的商业伦理价值理念与职业素养，关心国家大事，培养国际视野，能够把握数智时代动态，具有创新精神和创业意识，具有对组织管理问题的敏锐性、判断力以及执行力。

1.3 文化素质：具有良好的人文和科学素养，具备一定的信息素养，有较高的审美情趣、文化品位。

1.4 身心素质：具有健康的体魄，能持续提升心理资本，具有良好的人际交往能力和团队协作能力，有较强的环境适应能力。

#### 2. 能力要求

2.1 自主学习能力：能够运用科学的方法自主获取知识，具有终身学习意识和自我管理、自主学习能力，适应社会和个人可持续发展。

2.2 管理应用能力：能够敏锐洞悉经营环境，能够创造性地运用企业管理理论和方法，发现和分析商业管理复杂问题，提出战略、组织等系统性管理方案以及经营管理对策，并落地执行。

2.3 管理决策能力：熟练运用计算机及企业管理常用办公软件，能够熟练运用各种现代化工具搜集信息进行分析、判断和决策，具备应用数据指导管理决策的理性思维能力。

2.4 沟通协调能力：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。

**2.5 创新创业能力：**具备创新性思维、批判性思维，了解专业领域发展动态，善于发现和把握创新与创业时机，具备项目管理能力，不断尝试理论或实践创新，为组织为社会创造价值。

### **3. 知识要求**

**3.1 通用知识：**掌握哲学、社会学、心理学、法学、科学技术、语言文学、健康艺术、职业发展等方面的通识性知识。

**3.2 基础知识：**掌握数学、统计学、经济学等基础学科的理论与方法。

**3.3 专业知识：**掌握现代化管理理论，系统掌握管理学、会计学、人力资源管理、运营管理、市场营销、财务管理、战略管理、项目管理、创业学等理论知识与方法，掌握本学科的理论研究前沿及发展动态。

**3.4 技能知识：**掌握企业管理的定性、定量的研究分析方法，熟悉数据分析与管理决策的专业知识和技能。

**3.5 专业外语知识：**具有较丰富的专业英语（或其他语种）词汇、写作知识，能拓展学习管理专业外文文献，撰写简要的外文报告及商业信函等，具有良好的国际化交流能力，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性。

## **（三）学制及学习年限**

学制四年，学习年限三至六年。

## **（四）毕业学分说明**

不低于 155 学分。

## **（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			课程学时数			建议修读学期(周学时)							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
技能教育模块	技能必修课	20	10	10	448+3周	162	286+3周	5	5	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					
	大学英语拓展课程	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				
	创新与创业基础	2	1	1	32	16	16			1+1					
技能选修课	技能选修课	10	5	5	240	80	160		2	2	2	2	2		
	1. 技能选修课分设语言技能类、计算机技能类和职业技能类, 其中职业技能类中的《生涯规划-探索与管理》须修读合格, 其余类别无最低修读学分要求。 2. 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, 可依学校规定申请认定学分。														
	生涯规划-探索与管理	2	1	1	32	16	16		1+1						
通识教育模块	通识必修课	21	17	4	400	296	104	5	5		3	2	4		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							
	思想道德与法治	3	2	1	48	32	16		2+1						
	中国近现代史纲要	3	2	1	48	32	16	2+1							
	马克思主义基本原理	3	3		48	40	8				3				
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		32	32						2			
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2	2		32	32							2		
	思想政治理论课实践	2		2	64		64						4		
形势与政策	2	2		64	64									2	



类别	课程名称	课程学分			课程学时			建议修读学期（周学时）								
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下	
通识选修课	通识选修课	16	12	4	320	192	128		3	2	4	4	2		1	
	通识选修课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《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组、“社会科学类”课程组；其中《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》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》须修读合格。															
	3. “自然科学类”至少修读 2 学分。															
专业必修课	大学生心理健康教育	1	1		16	16			1							
	劳动教育	1		1	32	8	24								2	
	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						
	专业必修课	36	36		576	562	14	13	8	9	4	2				
	学科基础课	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								
	专业基础课	14	14		224	210	14		3	9		2				
	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	专业选修课	36	32	4	576	492	84			4	6	12	14			
	修读要求：															
	1. 课程组 A（应取得不低于 24 学分）：本组为专业核心选修课程，设 4 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。															
	2. 课程组 B：集合了经济管理学科的特色课程，涵盖数据分析、商业智能、金融、财务管理、会计、市场营销、国际贸易、国际商务、旅游管理、企业管理等领域，学生可根据自己的兴趣选择修读拓展。B2 单元为理论深化课程，建议拟出国、考研或有加深、加厚基础理论部分需求的学生修读。															
	课程组 A															
	A1：企业经营管理															
商务策划	2	2		32	26	6			2							
电子商务概论(B)	2	2		32	32				2							
运筹学(A)	3	3		48	46	2				3						

类别	课程名称	课程学分			课程学时数			建议修读学期（周学时）							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
	国际企业管理	2	2		32	32					2				
	经济法(经济类)(B)	2	2		32	32						2			
	管理经济学(B)	2	2		32	32						2			
	企业管理案例分析	2	1	1	32	16	16					1+			
	管理咨询工具	2	2		32	28	4						2		
	市场调查与预测	3	2	1	48	32	16						2+		
	营销案例研究分析	3	2	1	48	32	16						2+		
	供应链管理(B)	2	2		32	24	8						2		
A2: 组织与人力资源管理															
	组织行为学(A)	3	3		48	42	6			3					
	招聘与培训	2	2		32	32				2					
	绩效与薪酬管理	2	2		32	32					2				
	员工关系管理	2	2		32	32						2			
	管理专业英语	2	2		32	32						2			
	商业伦理与企业社会责任	2	2		32	24	8						2		
	公司治理	2	2		32	32							2		
	领导学	2	2		32	32							2		
A3: 数智化管理															
	Python 与数据分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	商务智能管理案例分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	管理信息系统(B)	2	2		32	24	8					2			
	企业研究方法	2	2		32	32						2			
	实用商务数据分析	3	2	1	48	24	24					2+			
	大数据与商业决策分析	3	2	1	48	24	24						2+		
	数字时代的消费者行为	2	2		32	32							2		
	数据资产管理	2	2		32	24	8						2		
A4: 创新创业与项目管理															
	项目管理(A)	3	3		48	40	8			3					
	创新与项目财务思维	2	2		32	32					2				
	创新与项目质量管理	2	2		32	32						2			
	项目组织与团队管理	2	2		32	32						2			
	创新与项目风险管理	2	2		32	32							2		
	商业模式创新	2	2		32	26	6					2			

类别	课程名称	课程学分			课程学时数			建议修读学期（周学时）							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
	创新创业实训	2	1	1	32	16	16						1+		
课程组 B															
B1: 学科拓展综合															
	客户关系与客户智能	2	2		32	26	6								
	人工智能产业及其行业应用	2	2		32	32									
	新商科大数据应用专题讲座	2	2		32	32									
	SPSS 统计分析与应用	3	2	1	48	24	24								
	电商大数据分析	2	1	1	32	16	16								
	数智化营销	2	2		32	24	8								
	供应链运营模拟	2	1	1	32	16	16								
	数字化转型与治理	2	2		32	32									
	创新创业与领导力	2	2		32	26	6								
	茶饮品牌创新与运营	2	1	1	32	15	17								
	财务报告分析(B)	2	2		32	32									
	个人理财(B)	2	2		32	32									
	货币银行学(B)	2	2		32	32									
	证券投资学(B)	2	2		32	32									
	公共政策分析(经济类)	3	3		48	48									
	数字新媒体营销	2	1	1	32	16	16								
	品牌文化与鉴赏	2	2		32	32									
	国际贸易实务	3	3		48	48									
	国际商务谈判	2	2		32	32									
	“一带一路”沿线国家概览	2	2		32	32									
	会展与节事产业概论	2	2		32	32									
	现代休闲产业管理	2	2		32	32									
	旅游资源开发与规划	3	2	1	48	32	16								
	商务礼仪	2	2		32	24	8								
	物流学	3	3		48	46	2								
	跨境电子商务	3	2	1	48	32	16								
	直播电商运营	2	1	1	32	12	20								
	现代信息与决策	3	3		48	48									
	华商经营管理之道	2	2		32	32									
	连锁经营管理概论	2	2		32	32									
	服务管理	3	3		48	48									
B2: 理论深化															
	中级宏观经济学	3	3		48	48									
	中级微观经济学	3	3		48	48									

类别	课程名称	课程学分			课程学时数			建议修读学期（周学时）							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
实习与实践	概率统计(经管类)	3	3		48	48									
	经济数学III	4	4		64	64									
	高代选讲	2	2		32	32									
	实习与实践	16		16	32周		32周		1		1		1	7	6
	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、学时总计及学分数学期分布		155	112	43	2560	1784	776	23	24	23	24	22	23	7

### 三、人才培养方案解读

#### （一）人才培养的定位

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。近年来，随着新技术的涌现和数字经济的快速发展，工商管理专业积极探索、勇于改革，将新技术、新理念、新方法融入传统商科教育。

工商管理专业定位基于数智时代的技术变革、社会转型及市场竞争压力对商科教育发展提出的新需求，培养面向现代企业管理应用，具有扎实专业理论知识与专业技能的应用型、复合型、创新型管理人才。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，形成了融专通、重实践、励创新、国际化的专业课程特色。

本专业紧扣时代的发展，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，本专业毕业生能在各类企事业单位及政府部门和其他组织，从事企业经营管理、人力资源管理、数据管理、项目管理等工作，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）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，知识构成跨越自然科学、人文科学的不同领域。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。学生专业知识扎实、技能知识丰富，掌握现代化管理理论、本学科的理论研究前沿及发展动态，掌握企业管理的定性、定量的研究分析方法，熟悉数据分析与管理决策的专业知识和技能。全面系统且极具特色的课程体系，培养学生知识全面、基础宽厚，同时专通结合、专长突出，学生自主学习和终身学习的意识和能力、团队协作与领导能力以及问题意识与创新能力突出。学生能够熟练运用各种现代化工具搜集信息进行分析、判断和决策，具备应用数据指导管理决策的理性思维能力，能够敏锐洞悉经营环境，能够创造性地运用企业管理理论和方法，发现和分析商业管理复杂问题，提出战略、组织等系统性管理方案以及经营管理对策，并落地执行。

在当今全球化和数字化的商业环境中，工商管理专业的重要性日益凸显，犹如一把开启无限可能的钥匙。无论是传统的制造业、服务业，还是新兴的互联网、科技领域，都需要工商管理专业人才来进行高效的组织与运营。从制定战略规划到推动创新变革，从优化资源配置到提升团队绩效，工商管理专业学生利用所学知识 with 能力都能大显身手。

## （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、军事训练、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、交流与沟通能力、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，其中职业技能类中的《生涯规划-探索与管理》须修读合格，其余类别无最低修读学分要求。技能选修课取得总学

分不得低于 10 学分。

学校鼓励学生积极参与第二课堂实践活动。学生在籍期间，以我校学生名义参与的学科竞赛、学术科研、社会实践、创业实践以及其他创新创业实践活动，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》申请认定学分。学生在籍期间最多可取得创新创业实践活动学分 12 学分，认定后一般记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，培育学生的综合性能力，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。如思想政治理论类课程、大学语文等。

**通识选修课：**该类课程旨在培养学生具有多学科思维方式和多种分析问题的方法与能力，实现文理渗透，促使科学精神与人文精神相结合，开拓学生视野，完善学生知识结构，提高学生的综合素质，从而实现素质教育与专业教育的有机结合，增强学生批判性思维能力和创新能力。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，取得总学分不得低于 16 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《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组、“社会科学类”课程组；其中《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》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》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。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，实现“知识全面、基础宽厚”的人才培养特点。

其一，学科平台课程组。设置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。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，主要为学生提供必要的专业理论基础、基本技能和方法，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(B)等专业核心课程。

专业选修课：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”的知识结构特点，提高学生适应数智时代现代企业所需的管理能力，同时也为了满足学生各种不同的需求，专业选修课开设 A、B 两个课程组供选择。

课程组 A 为专业核心选修课，包括企业经营管理、组织与人力资源管理、数智化管理、创新创业与项目管理等 4 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。课程组 B 集合了经济管理学科的特色课程，其中 B1 单元涵盖数据分析、商业智能、金融、财务管理、会计、市场营销、国际贸易、国际商务、旅游管理、企业管理等领域，学生可根据自己的兴趣选择修读拓展；B2 单元为理论深化课程，建议拟出国、考研或有加深、加厚基础理论部分需求的学生修读。课程组 B 主要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。总体上，应确保专业选修课取得总学分不低于 36 学分，其中课程组 A 取得总学分不低于 24 学分。

实习与实践：本类课程属于培养方案的必修课学分，是学生必须参加的实践教学活

#### （四）课程教学改革

工商管理专业课程体系完整丰富，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《创新创业实训》《商业模式创新》《创新与项目财务思维》《创新与项目风险管理》等双创选修课程，以培养学生的创新能力与项目落地能力。本专业聚焦大数据和人工智能在现代商业运营中的应用，在《企业运营管理(A)》《人力资源管理(A)》《企业研究方法》等相关专业课程中融入商务智能管理相关内容，还开设《Python 与数据分析》《大数据与商业决策分析》《商务智能管理案例分析》《数据资产管理》《数字时代的消费者行为》等课程帮助学生掌握数字化时代的基本管理知识与技能；《商业伦理与企业社会责任》《市场调查与预测》《管理咨询工具》《“一带一路”沿线

国家概览》等课程帮助学生了解实时动态把握管理环境；《企业管理案例分析》《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。

工商管理专业教师队伍兼具国际教育背景、复合知识结构和丰富实践经验等特点，专业课程深受学生喜爱，多位教师获评优秀教学奖。本专业积极推进课程建设，专业教师深耕教学，其中《管理学原理(A)》《项目管理(A)》为省级一流课程，《人力资源管理(A)》《企业运营管理(A)》为校级一流课程。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，我们搭建良好的实践平台，设置完整的实践教学体系开展实践教学。我们整合校内外师资及实践教学资源，构建了工商管理专业双创教育平台，拥有 MBA 智库、南坑咖啡等实习实践基地及 ERP 综合实验室、企业经营沙盘模拟实验室、新商科大数据应用实训中心等实验室，并依托学科竞赛平台等，全面培养学生的学习能力、创新精神和实践能力。

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。同时将劳动教育、美学教育及课程思政有机融入专业课程教学，促进学生德智体美劳全面发展；优化实践教学体系，加强实习基地建设，将专业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、信息化需求的新时代管理人才。

## （五）修读注意事项

1. 各模块要求完成的教学计划学分，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. 学生必须取得所有必修课的学分，必修课考核不合格应申请学分重取（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校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。

4. 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。

5. 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。

6. 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。

7. 《劳动教育》包括 8 理论学时与 24 实践学时。其中理论环节依托《马克思主义基本原理》、《思想道德与法治》、《生涯规划-探索与管理》、《创新与创业基础》开展劳动教育理论教学。每生每学年劳动实践学时不少于 6 学时，实践环节涵盖日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，具体实践内容以本专业《劳动教育》实践环节教育计划为准。毕业前若未按课程要求完成相应学时，不能取得学分，无法通过毕业审查。

8. 实践教学周安排在前三个学年的第二学期考试周之后、暑假之前，属于正常的教学环节，区别于暑期的社会实践活动。若实践周课程未取得学分，将会影响毕业时间。

9. 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	管理学原理(B)
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、管理类专业的主干专业基础课程之一，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，并为后续的经济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、理性经济学的思考方式、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	会计学原理(B)
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	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ol>		

### (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。
<b>主要内容</b>		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。
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	树立正确的价值观，具备良好的职业道德，具备专业素养。
	<b>预期能力获得</b>	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。
	<b>预期知识获得</b>	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。
<b>基本要求</b>		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) 企业运营管理(A)**

<b>学分</b>	<b>3</b>	<b>学时</b>	<b>48 (40+8)</b>
<b>先修课程</b>	管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	<b>相近课程</b>	企业运营管理(B)、运营管理
<b>课程性质</b>	《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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	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。		

**(8) 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 <span>主干专业课程之一</span> ，也是营销类专业各门课程学习之前的 <span>基础类课程</span> 。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 <span>必修课程</span> ，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 <span>学科选修课</span> ，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。		

**(9) 财务管理(B)**

学分	3	学时	48
先修课程	会计学原理(A)	相近课程	财务管理(A) I、财务管理(A) 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 <span>必备课程</span> 。		
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)**

<b>学分</b>	<b>2</b>	<b>学时</b>	<b>32</b>
<b>先修课程</b>	管理学原理(A)、宏观经济学原理、微观经济学原理	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	《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。一般在第二、三学年开设。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	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. 企业经营管理课程****(1) 商务策划**

<b>学分</b>	<b>2</b>	<b>学时</b>	<b>32 (26+6)</b>
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	策划学
<b>课程性质</b>	商务策划是一门新兴的综合性学科，涉及知识领域广泛，应用性较强。本课程是工商管理等相关专业选修课程，一般在大二开设，经济管理类其它专业也可选修该课程。		
<b>主要内容</b>	本课程阐述商务策划的基本原理、基本方法和基本技能，介绍策划程序、策划书写作以及路演等基本知识。并在策划案例分析和实训项目的基础上训练策划的方法和技巧的应用，剖析并培养策划人的素质与能力。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	具有社会责任感和时代精神；有创新精神和创业意识；具备一定的信息素养，有较高的审美情趣、文化品位；具有良好的人际交往能力和团队协作能力，有较强的环境适应能力；培养学生多角度看待问题，逻辑性表达问题的基本素质。	
	<b>预期能力获得</b>	具有良好的获取知识与自主学习能力；能够熟练运用各种现代化工具搜集信息进行分析、判断和决策，能够敏锐洞悉经营环境，能够创造性地运用理论和方法提出系统性商务策划方案并落地执行；具有较强的组织沟通能力、团队协作与领导能力，具有较强的策划书写作以及策划路演表达能力；具备创新性思维、批判性思维，不断尝试理论或实践创新，为组织为社会创造价值。	

	<b>预期知识获得</b>	让学生掌握商务策划的基本理论和技巧、商务策划分析工具、创新创意方法，并掌握策划文案写作的基本知识。
<b>基本要求</b>		本课程的学习本课程侧重学生商务策划思维的形成，教学中以课堂讲授为主，在理论介绍的基础上利用案例分析的手段，结合模拟演练和课堂讨论的方式，要求学生能够深入思考案例，分析案例，创新案例。并能多渠道的丰富自己的知识储备，多角度、多层次、有意识的培养对策划问题的分析能力和创新能力，加强团队合作能力与沟通表达能力，在学习中要重视实践参与。

**(2) 电子商务概论(B)**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	电子商务概论(A)
<b>课程性质</b>	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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	勤勉、踏实的工作习惯和商业思维素质。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	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。		

**(3) 运筹学(A)**

<b>学分</b>	3	<b>学时</b>	48 (46+2)
<b>先修课程</b>	经济数学II	<b>相近课程</b>	运筹学(B)
<b>课程性质</b>	《运筹学(A)》是工程管理(工商项目管理)、物流管理专业的专业必修课，也是工商管理专业的专业选修课，可安排在二年级下(或三年级上)学期。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	使学生具有良好的获取知识与自主学习的能力；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。	
	<b>预期知识获得</b>	使学生掌握运筹学等管理科学与工程类专业的的基本知识和基本理论。	
<b>基本要求</b>	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。		



**(4) 国际企业管理**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	管理学原理(A)	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	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。		

**(5) 经济法(经济类)(B)**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	经济法(经济类)(A)
<b>课程性质</b>	《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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	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点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、按时完成。		

**(6) 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	课程主要内容包括市场机制、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。		

**(7) 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（ <b>Case method of instruction</b> ）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（ <b>Case method of instruction</b> ）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。		

**(8) 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。		

**(9) 营销案例研究分析**

学分	3	学时	48 (32+16)
先修课程	管理学原理(A) OR 营销学原理(A)	相近课程	无
课程性质	本课程是市场营销、工商管理专业的专业选修课,也可以是商科其他专业的专业选修课,一般在第三学年第一学期或第二学期开设。		
主要内容	主要是透过个案教学法(Case method of instruction)为主,个案教学法是高校教育的新型式,它的基本特色是教师和学生共同投入一个以案例为中心的学习过程中;先使学生掌握个案教学的相关理论基础并熟悉各种相关的方法与工具;了解个案教学的所有过程、不同的角色扮演,再具体地导入案例的探讨与实演。		
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精神以及在小组里扮演不同角色与协商讨论的正面态度。	
	预期能力获得	使学生在营销管理的实证案例中,训练思考方法,熟悉各种针对问题挖掘、原因探索、解决问题实用有效的方法与工具,启发主动研究之兴趣,培养独立思考之精神以及交换思想心得之情操,积累实务理性的决策能力。	
	预期知识获得	整合学习营销管理领域“与时俱进”、不断更新的相关重要知识点,并能藉由案例讨论更有把握地加以融会贯通。	
基本要求	本课程要求学生掌握个案教学法(Case method of instruction)的内容与精髓,从角色的轮动扮演到实际案例的实演,从案例分析、问题的提出、可行性方案的评估与选择,一直到案例分析报告及案例的撰写。		

**(10) 市场调查与预测**

<b>学分</b>	<b>3</b>	<b>学时</b>	<b>48 (32+16)</b>
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	营销调研
<b>课程性质</b>	《市场调查与预测》是工商管理专业的专业选修课，一般在第 6 学期开设。本课程是一门理论性和应用性很强的综合性课程，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，是企业管理重要的组成部分。		
<b>主要内容</b>	《市场调查与预测》这门课立足企业工作岗位实际背景，紧扣市场调查人员所需的知识、技能、素养和态度，整合市场调查与预测相关的系统知识，提升学生学习、实践、就业与创业的能力，符合社会对专业人才的要求。本门课的目的是为企业的经营决策提供科学依据，通过运用科学的方法，有目的、系统地、全面地搜集、整理、分析市场情况，了解市场的现状及发展趋势。课程特点一方面是体现在知识具有系统性，其主要内容的编排是按照认知、策划、实施及整理报告四个方面，学习内容的综合性随着学习的深入逐步增加。另一方面，本课程是一门实践性较强的课程，需要通过实操性的项目或活动来检测学生是否掌握了相关知识与技能。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	提升学生市场洞察、企业诊断的职业素养和专业素质，要密切联系实际，在实践中努力培养现代市场数据意识，完善自身素质，将所学的理论知识和操作技能运用到工作实战和社会实践中去。为今后从事企业管理、市场策划以及管理咨询等工作打下坚实的基础。	
	<b>预期能力获得</b>	掌握市场调查与分析能力、SPSS、大数据采集与处理技术，Tableau、Power Bi 等统计软件的应用与数据处理分析能力。提高实际操作能力。	
	<b>预期知识获得</b>	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、差异统计检验、二元变量相关与回归分析、多元变量数据分析等方法。	
<b>基本要求</b>	掌握基本的调研的步骤和原则，并熟练运用数据处理软件进行数据分析与数据处理，掌握市场预测的定性、定量方法。学会撰写市场调研报告和市场调研的计划、组织与预测等。		

**(11) 供应链管理(B)**

<b>学分</b>	<b>2</b>	<b>学时</b>	<b>32 (24+8)</b>
<b>先修课程</b>	企业运营管理(A)	<b>相近课程</b>	供应链管理(A)
<b>课程性质</b>	本课程是大数据管理与应用、工商管理等相关专业选修课程，一般在大二、大三开设，培养学生理解企业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。		
<b>主要内容</b>	将战略管理思想与供应链管理实际运作有机结合在一起,对供应链的设计、计划和运作统一考虑。从战略管理的高度审视供应链整体绩效,不断改善供应链的运作,使供应链战略和企业竞争战略匹配,通过供应链各个环节的把握，如采购策略、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等的应用来提高供应链的整体盈利。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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；具备现代供应链管理思维、理论与方法；具有良好团队合作精神、互利共赢理念与人类命运共同体意识（课程思政）。	

	预期能力获得	能够在实践中运用供应链管理理论和方法分析企业存在问题，提出优化方案，提高企业供应链管理效率；具备小组合作分析实际案例，交流沟通表达和组织协调能力（课程思政）。
	预期知识获得	系统掌握供应链的基本概念和基本理论，重点掌握供应链战略和企业竞争战略匹配。科学规划设计构建优化企业供应链战略体系，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（课程思政）。
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，全面理解供应链管理理论、原理与方法，提高企业供应链战略决策、规划设计与运作管理能力，实现企业高效运营管理（课程思政）。	

## 2. 组织与人力资源管理课程

### (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) 招聘与培训

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理(A) OR 人力资源管理(A)	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》课程后对其中招聘与培训管理模块的进一步深入学习。一般在二年级开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，招聘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		

		其是招聘与培训技能，其它专业的学生也可以选修。
<b>主要内容</b>		招聘与培训是是人力资源管理中的重要职能，该课程使学生学习与掌握招聘的基本理念、理论和方法，了解理论内容如何应用在招聘实务工作上，系统地阐述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。
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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，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。
	<b>预期能力获得</b>	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，能够设计科学的培训开发流程，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，与人力资源其它模块一起协同开发组织人力资源。
	<b>预期知识获得</b>	学习招聘的基本理论、招聘流程设计、招聘方法及应用，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等。
<b>基本要求</b>		招聘与培训是一门实践性很强的课程,学生不仅需要注重招聘、培训理论的系统学习，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、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来思考招聘与培训工作中的应用，提升对招聘与培训知识的理解和运用能力。

### (3) 薪酬与绩效管理

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	管理学原理(A) OR 人力资源管理(A)	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	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与薪酬管理模块的进一步深入学习。一般在三年级开设，为理论教学课程体系的组成部分。另外，绩效与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绩效与薪酬管理技能，其它专业的学生也可以选修。		
<b>主要内容</b>	绩效与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；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，薪酬管理的基础理论体系，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、企业薪酬管理实务工作的执行与薪酬管理成效的评估，薪酬管理的一般原则和方法，薪酬管理功能在企业中实际运作与应用等。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	能够从公司战略高度设计科学的绩效和薪酬管理流程，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；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，学会如何将绩效考核结果、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；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。
基本要求	绩效与薪酬管理是一门实践性很强的课程，与我们的学习、工作、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以及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等等来思考绩效与薪酬管理工作在其中的应用，提升对绩效与薪酬管理知识的理解和运用能力。	

#### (4) 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，以及其他的管理沟通手段，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) 管理专业英语**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	商务英语
<b>课程性质</b>	本课程是管理学院工商管理专业和工程管理(工商管理)专业的专业选修课,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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	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) 商业伦理与企业社会责任**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32 (24+8)
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	本课程是工商管理、工程管理(工商管理)、市场营销、国际商务、国际经济与贸易专业的专业选修课,二年级起学生可选修。同时,该课程也是面向全校其他专业学生开设的通识教育选修课。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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。	
	<b>预期知识获得</b>	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。	
<b>基本要求</b>	本课程案例内容繁多,尤其是各章的案例分析,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,完整的讲述演绎一篇与“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。		



## (7) 公司治理

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。		
主要内容	该课程主要讲授包括代理问题、资本结构、股权结构、监督机制、绩效管理、集团公司治理、公司治理模式等内容，以治理和管理相统一的系统论观点，强调战略管理及执行董事在公司治理中的衔接作用及实现方式；既介绍成熟的理论和方法，也介绍一些前沿性问题；介绍代表性公司治理模式的特征、形成、运作、优缺点及演化趋势，专门分析我国公司治理的完善和规范及可能形成的模式。		
课程目标	预期素质获得	在复杂动荡的商业环境下，很有必要让经济与管理专业的学生们了解高管、董事会中的董事、股东与投资者之间的关系。这门课程的开设，不仅能加深学生对公司治理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，从而提高新时期管理人才培养的质量。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。树立正确的人生观、价值观，培养社会责任感；拓展国际视野及专业素养。	
	预期能力获得	文章撰写方面，通过课程作业的完成，训练良好的中文写作能力。具备一定的口语和书面表达能力、沟通交流能力、组织协调能力和团队合作能力。掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力。掌握基础的数据查询方法，并应用于文章写作中。 管理实践方面，能够在公司管理活动中运用公司治理理论解决实际问题，加深对各类公司信息的初步甄别、整理与加工能力，从而为公司管理及投资提供借鉴。	
	预期知识获得	通过本课程的学习，理解公司、股东及投资者、董事、管理者和跨国公司治理的基本概念和管理方法。掌握公司治理基本内容和实务操作中的要求，明确公司治理的种类和基本方法。	
基本要求	本课程要求学生通过理论学习，能够查找相关文献及数据，具备基本的公司治理文献及数据收集、处理能力，掌握公司治理论文基本撰写方法与技能，同时对公司治理体系有较为深入的认识和理解。		

## (8) 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——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。

### 3. 数智化管理课程

#### (1) Python 与数据分析

学分	3	学时	48 (32+16)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是信息管理与信息系统专业、大数据管理与应用专业和电子商务专业的专业必修课程，一般开设在大学二年级上学期，是数据分析方向技术课程的综合应用课程。也可作为工商管理专业的专业选修课程。		
主要内容	教学内容从 Python 语言基础入手，结合示例程序和上机实验，讲解 Python 基础语法知识及程序设计原理。结合大量数据挖掘工程案例，以真实案例为主线，深入浅出地介绍以 Python 进行数据挖掘建模过程中的有关任务：数据探索、数据预处理、分类与预测、聚类分析、时序预测、关联规则挖掘、智能推荐和偏差检测等。		
课程目标	预期素质获得	能够利用 python 编程知识解决相关实际问题，能够设计软件系统的解决方案，掌握 Python 编程能力。培养学生对数据分析与挖掘的基本认知，比较系统地掌握企业数据分析与挖掘的模式与方法，具备从事数据分析实践的基本思维和素质。	
	预期能力获得	掌握基本 python 编程的科学方法，能够采用 Python 编程思想对复杂问题进行研究，掌握在生产经营管理中进行决策分析、客户价值分析、商品关联分析、电商客户行为分析、电商评论分析等实际应用能力。	
	预期知识获得	Python 语言基础，数据结构，数据爬取及数据分析、建模等知识。数据分析解决商业管理问题的过程和相关技术。	
基本要求	本课程主体采用理论教学，同时具有高度的实践性。以 Python 语言为载体，介绍程序设计方法和编程思想。通过本课程的学习，可以提高学生编写程序解决计算机问题的能力。学生在学习本课程时，应在理解编程语法和编程思想的基础之上，通过课内外多花时间分析具体案例数据，能够根据实际情况选择合适的分析方法、模型进行相应的数据分析。		

#### (2) 商务智能管理案例分析

学分	3	学时	48 (32+16)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是工商管理、信息管理、大数据管理、电子商务、国际贸易、市场营销等相关专业选修课程，一般在大三开设，培养学生理解企业商务智能分析的理相关概念、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	商务智能的基础理论和发展历程及重要性；数据仓库和数据挖掘的基本概念；常见的数据分析工具和技术；不同行业的商务智能应用案例，如零售业的客户细分和精准营销案例；企业内部管理的商务智能案例，如生产运营中的供应链优化，财务指标评估优化、人员绩效测评等；基于案例分析结果，制定决策建议，如根据分析结果调整企业的市场策略和运营流程；探讨商务智能在企业战略规划中的作用，如利用商务智能分析预测市场趋势，为企业的长期发展制定战略方向等。		

课程目标	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；具备现代商务智能管理的思维、理论与方法；具有良好团队合作精神。
	预期能力获得	能够在实践中运用商务智能分析的理论和方法分析企业存在问题，提出优化方案，提高企业管理效率；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	能建立企业商务智能分析的系统观，获得数据管理与分析知识，商务智能工具的应用知识，行业应用与业务理解知识，可视化和沟通知识，战略规划和创新思维知识等。
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，全面理解商务智能分析的理论、原理与方法，提高企业的运营决策、战略规划设计与运作管理能力，实现企业高效运营。	

### (3) 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。		

### (4) 企业研究方法

学分	2	学时	32
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	《企业研究方法》是高等院校商科类专业的新兴专业课程之一，是一门建立在经济学、行为科学和现代管理理论基础上的应用型学科。企业研究方法是针对各种企业管理领域议题进行科学研究的一套方法论课程，属于研究方法的基础课程。对于所有管理领域具有普遍适用性，是管理学科群中一门重要的应用研究与方法论课程，涉及范围广，影响面大，是应用性与方法性较强的专业课程。本课程是工商管理专业的选修课程，一般开设在第二学年第二学期。经济管理类其他专业也可选修该课程。		
主要内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.建立企业研究之基本概念。</li> <li>2.熟悉企业研究之程序。</li> <li>3.了解各种研究之设计。</li> <li>4.学会衡量方法、问卷设计及抽样。</li> <li>5.简介质化研究方法及各种数量分析方法。</li> </ol>		

课程目标	预期素质获得	让学生建立良好的研究伦理观，树立正确的价值观；藉由搜寻国内外相关文献，建立管理研究的严谨素养，拓展国际视野；掌握企业管理研究的整体过程，发展从事科学研究的系统思维，强化心理素质、团队合作精神、社会适应能力并具有创新精神。
	预期能力获得	训练学生理解企业研究方法在实务的应用，训练学生能对于各类型组织的实际管理问题，进行研究分析，以提升问题解决能力；训练学生了解如何独立自主地完成论文选题、文献综述、构建研究框架、选择研究方法、收集数据、数据分析、进行研究总结和撰写论文等过程，培养学生独立研究能力；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	掌握企业研究方法基本知识和基本理论，掌握企业研究方法分析工具，掌握创新创意方法。
基本要求		有志于从事企业经营研究，或有兴趣为企业经营问题去谋求解决方案。

**(5) 实用商务数据分析**

学分	3	学时	48 (24+24)
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) 大数据与商业决策分析**

学分	3	学时	48 (24+24)
先修课程	统计学原理	相近课程	无
课程性质	本课程是管理学院各专业的专业选修课程，也适合其他经管类专业对大数据与商业决策分析有兴趣的学生三年级及以上选修。课程理论与实践并重，主要通过商业经营过程中的多源多样数据进行决策分析方法解析，使学生掌握大数据中非结构化数据的量化方法与大数据决策场景下适用的常见分析方法，并使用分析方法提高商业决策的质量。		
主要内容	传统企业决策实际上都是基于一定事实和经验的决策。数字经济时代，随着企业占有的数据规模越来越大，运用数据的能力也成为企业重要的竞争能力。本课程主要讲授商业决策中的数据分析方法及应用，并通过决策问题案例解析，进行大数据与商业决		

		策分析的实践，让学生通过实践了解商业大数据分析的方法和实际应用的场景与技巧，帮助学习者能更深刻了解商业决策。学习内容包括大数据背景下与商业决策有关的数据管理、信息量化、决策模型构建及预测决策、规划决策、评价决策、诊断决策等场景的分析方法。
课程目标	预期素质获得	1. 良好的人文与科学素养； 2. 与数字经济时代的商业管理实践匹配的管理意识； 3. 对大数据的洞察力和敏锐性； 4. 结合数据与管理的思维模式。
	预期能力获得	1. 商业大数据挖掘、分析与应用的能力； 2. 具备商业实践的数字化运营与管理的基础能力； 3. 依托企业大数据提升商业决策质量的能力。
	预期知识获得	1. 具备商业决策的相关知识； 2. 掌握大数据商业决策分析的知识体系框架； 3. 具备数据化管理的相关知识。
基本要求		通过本课程的学习，要求学生了解商业决策实践的大数据特征，具体掌握大数据商业决策分析的基础方法，并具备将所学知识用于提升商业决策质量和解决实际问题，促进企业善用拥有的大数据形成竞争能力。

## (7) 数据资产管理

学分	2	学时	32 (24+8)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是一门面向大数据管理与应用、工商管理专业开设的专业选修课，也适合经管类其它专业对数据资产管理有兴趣的学生选修，针对二年级或三年级学生选修。本课程将探讨、应对和满足数据资产管理所带来的管理升级改变需求，以理论教学为主，实践启发为辅助。		
主要内容	数据资源是以数据为载体和表现形式，能带来预期经济收益的数据资源才能称之为数据资产。数据资产管理涉及数据概念与边界、数据积累形成数据资源及如何将数据资源转化为资产，数据资产的概念与内涵，数据的治理与数据资产化，数据资产的评估、管理、运营和流通等。本课程主要学习内容数据资产与数据资产管理的背景、理念发展、概念与内涵及意义，数据资源化、数据资产化与数据要素市场化等数据资产管理方法论，并了解实践中的数据资产管理技术、工具、模式、经典应用和发展趋势等。		
课程目标	预期素质获得	1. 良好的人文与科学素养； 2. 与数智时代相关的数据资产理念； 3. 对数据资产管理的责任与义务的洞察和管理意识；	
	预期能力获得	1. 数据资源的规划和治理基础能力； 2. 数据资产管理的规划和规范化基础能力； 3. 解锁数据资产价值的的能力。	
	预期知识获得	1. 具备数据资源化的相关知识； 2. 掌握数据资产化的相关知识； 3. 了解数据资产管理的相关知识体系；	
基本要求	通过本课程的学习，要求学生了解数据管理、数据资源化、数据资产化和数据资产管理的一般过程，形成数据资产理念和掌握数据资产管理的基础方法论，提升自身将所学知识用于数据资产管理实践的能力。		

**(8) 数字时代的消费者行为**

<b>学分</b>	<b>2</b>	<b>学时</b>	<b>32 (32+0)</b>
<b>先修课程</b>	营销学原理(A)	<b>相近课程</b>	消费者行为学
<b>课程性质</b>	本课程是工商管理专业选修课程，一般在大三开设，培养学生理解数智时代探究与分析消费者行为的管理相关概念、理论、原理与方法，以理论为基础，并着重从实践调研中学习的综合应用型课程。		
<b>主要内容</b>	掌握消费者行为的定性、定量的研究分析方法，熟悉数据分析与管理决策的专业知识和技能。运用定性研究方法（包含访谈法、观察法、案例分析等）采集与分析消费者动机、需求、生活方式、价值观、消费意识等个体层面数据，及消费者受到他人、社会、文化等群体影响的数据。运用定量研究方法（包含问卷调查法、实验法、二手数据分析等），采集与分析消费者感知、情绪、态度、意向、满意、忠诚度、自我概念、人格特质等个体层面数据，及消费者受到参照群体、口碑、意见领袖、情境等群体影响的数据。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	具备良好的商业伦理价值理念与职业素养，关心国家大事，培养国际视野；能够把握数智时代动态，具备数智时代探究与分析消费者行为的管理思维、理论与方法；具有创新精神和创业意识；具有对组织管理消费者行为相关问题的敏锐性、判断力以及执行力。	
	<b>预期能力获得</b>	能够获得调研及分析消费者心理和行为相关数据的管理应用能力；能够敏锐洞悉经营环境，创造性地运用消费者行为及数据分析的理论和方法，发现和分析商业管理对消费者心理及行为的复杂影响，提出企业营销战略及组织等管理方案和对策，并落地执行。	
	<b>预期知识获得</b>	掌握数字时代消费者行为与市场营销等理论知识与方法，掌握运用调研及分析消费者行为相关数据的理论研究前沿及发展动态。掌握消费者行为的定性、定量的研究分析方法，熟悉数据分析与管理决策的专业知识和技能。	
<b>基本要求</b>	利用课前及课后时间预习、复习、自主学习、知识扩展与独立思考，通过小组合作方式进行选题、文献综述、研究方法设计、定量与定性数据收集与分析等实践调研工作，全面理解数字时代采集及分析数据的方法与技术，从实践调研中学习消费者行为相关理论与方法，提高企业营销战略及组织等规划设计与决策管理能力，实现企业通过数据驱动更精准地掌握消费者的心。		

**4. 创新创业与项目管理课程****(1) 项目管理(A)**

<b>学分</b>	<b>3</b>	<b>学时</b>	<b>48 (40+8)</b>
<b>先修课程</b>	管理学原理(A) OR 管理学原理(B)	<b>相近课程</b>	项目管理(B)
<b>课程性质</b>	《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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。
	<b>预期能力获得</b>	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。
	<b>预期知识获得</b>	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。
<b>基本要求</b>		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）创新与项目财务思维

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	管理学原理(A)、会计学原理(A)、财务管理(B)	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	本课程是工商管理、信息管理、大数据管理、电子商务、国际贸易、市场营销等相关专业选修课程，一般在大学二、大三开设，培养学生理解创新与项目财务思维的相关概念、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。		
<b>主要内容</b>	项目成本核算与成本控制的基本方法，涵盖固定成本、变动成本和边际成本等概念；创新项目的财务评估，包括投资评估方法，如净现值（NPV）、内部收益率（IRR）和投资回收期等。风险评估在财务分析中的应用，包括敏感性分析和情景分析。创新项目的融资策略，包括不同融资渠道的特点和选择，融资成本和资本结构的优化；项目的财务四算；创新项目的财务风险管理等。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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；具备现代创新和项目财务思维、理论与方法；具有良好团队合作精神。	
	<b>预期能力获得</b>	能够在实践中运用创新和项目财务管理的理论和方法分析标的物存在的问题，提出优化方案，提高组织管理效率；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。能够将创新管理和项目财务管理有机结合，在创新项目中进行有效的财务决策和管理，学会从多个角度分析和解决问题，提高综合决策能力。培养创新思维和财务思维能力，能够在未来的工作和生活中灵活运用所学知识。	
	<b>预期知识获得</b>	能获得财务基础知识，如财务报表的解读，成本核算的原理和技巧；创新项目的财务评估知识，能运用投资评估方法，判断创新项目的投资价值和可行性；能了解主要融资渠道的特点和运用场景，掌握优化资本结构的知识，降低融资成本，提高资产使用率；制定创新项目财务预算的知识，合理分配资源。	
<b>基本要求</b>	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，全面理解创新和项目财务理论、原理与方法，提高企业创新项目的财务决策、规划设计与运作管理能力，实现企业高效运营。		

**(3) 创新与项目质量管理**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	本课程是工商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，一般在大三开设，通过引入创新理念，提升学生在项目管理中的创新能力和质量管理水平，为理论教学课程体系的组成部分。		
<b>主要内容</b>	创新概述、项目质量管理概述、项目质量管理体系、项目质量计划、项目质量管理工具与方法、项目质量管理实践、项目质量改进与创新实践		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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；具备创新思维和质量意识，初步掌握项目质量管理工具与方法；具有良好的项目团队合作精神和适应能力。	
	<b>预期能力获得</b>	能够在实践中运用项目质量理论和技术方法分析各类型项目质量问题，提出质量管理和质量空控制方案，激发创新思维，培养勇于探索，敢于创新的精神。	
	<b>预期知识获得</b>	掌握项目质量管理的基本理论和核心方法，培养学生掌握现代项目质量管理的定性、定量分析方法的关键步骤和基本原理，掌握项目质量规划、项目质量保证、项目质量控制这些项目质量管理的经典内容，学会运用创新工具和方法解决项目质量管理中的实际问题。	
<b>基本要求</b>	要求学生树立质量意识，具备创新思维，将项目质量管理相关理论知识应用到学习和校园活动中的各种项目，理论与实践相结合，熟练掌握项目质量管理的各种工具和技术，具备对项目进行质量管理的基本技能，为毕业后参与项目工作打下坚实基础。		

**(4) 项目组织与团队管理**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	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，培养学生实际工作中有效组织和管理项目团队的能力，课程内容涉及管理学、心理学、组织行为学等多个学科的知识，是以理论性为主兼具实践性的综合应用型课程。		
<b>主要内容</b>	课程涵盖项目管理的基础理论，包括项目生命周期、组织结构、团队建设与发展，强调有效沟通与协作，领导与激励，绩效管理 with 评估，以及风险管理，通过案例分析与实践，使学生全面掌握项目组织与团队管理的核心技能，提升实际应用能力。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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；具备现代项目管理思维、理论与方法；具有良好团队合作精神，兼具责任感和职业道德，确保其在项目管理中遵循伦理规范。	
	<b>预期能力获得</b>	具备团队建设与管理能力，能够有效地组建和管理项目团队，能够制定详细的项目计划、合理分配资源、跟踪项目进展并确保项目按时完成。具备问题解决能力，使其能够在项目执行过程中发现问题、分析问题并提出有效的解决方案。	
	<b>预期知识获得</b>	掌握项目组织与团队管理的基本概念、原理和方法，熟悉项目生命周期和知识领域。了解不同的项目组织结构和团队发展的阶段理论，掌握团队建设和发展的基本方法。掌握项目绩效评估标准和方法，了解团队表现评估和改进的技巧，并学会识别、分析和应对项目中的风险，掌握风险管理流程。	
<b>基本要求</b>	课前预期、课后复习。课堂积极参与小组任务和情境练习，将理论结合实际，锻炼沟通和解决问题的能力。		



**(5) 创新与项目风险管理**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32
<b>先修课程</b>	无	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	本课程是工商管理、信息管理、大数据管理、电子商务、国际贸易、市场营销等相关专业选修课程，一般在大学二、大三开设，培养学生理解创新与项目风险管理的理论概念、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。		
<b>主要内容</b>	创新的概念和类型，创新思维和技巧，以及创新的过程和阶段；项目风险的识别、评估、应对和控制；创新与风险管理的融合，如何在创新过程中融入风险管理，以降低失败概率，平衡创新带来的机会和风险带来的挑战；不同行业在创新和风险管理方面的最新趋势和最佳实践；探讨新兴技术如区块链、大数据对创新与风险管理的营销。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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；具备现代创新和项目风险的思维、理论与方法；具有良好团队合作精神。	
	<b>预期能力获得</b>	能够在实践中运用创新和项目风险管理的理论和方法分析标的物存在的问题，提出优化方案，提高组织管理效率；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。能够将创新管理和项目风险管理有机结合，在创新项目中有效地管理风险，学会从多个角度分析和解决问题，提高综合决策能力。培养创新思维和风险意识，能够在未来的工作和生活中灵活运用所学知识。	
	<b>预期知识获得</b>	能获得创新管理知识，有助于全面理解创新的本质和内涵，能够准确识别创新的机会和潜力。例如，能够在传统行业中发现可以引入新技术或新商业模式的创新点。掌握各种创新方法和工具，能够有效地激发和筛选创新想法。了解创新的生态系统和影响因素，能够营造有利于创新的环境和文化；风险识别与评估知识，能够系统地识别项目中可能存在的各类风险，掌握风险评估的方法和指标，能够准确评估风险的可能性和影响程度。运用概率分析和影响矩阵，对项目风险进行量化评估。学会对风险进行优先级排序，确定重点关注和处理的的风险。熟知各种风险应对策略的适用场景和优缺点，能够灵活选择合适的策略。掌握制定风险应对计划的方法和步骤，确保应对措施的有效性和可操作性。学会在风险应对过程中进行动态调整和优化，以适应项目的变化。	
<b>基本要求</b>	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，全面理解创新与项目风险管理的理论、原理与方法，提高创新与项目的决策效率，降低决策与运营风险。		

**(6) 商业模式创新**

<b>学分</b>	2	<b>学时</b>	32 (26+6)
<b>先修课程</b>	生涯规划-探索与管理 创新与创业基础	<b>相近课程</b>	无
<b>课程性质</b>	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，属全校性技能选修课程，也是工商管理专业的专业选修课。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。		
<b>主要内容</b>	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。		
<b>课程目标</b>	<b>预期素质获得</b>	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。	
	<b>预期能力获得</b>	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；	

		<p>3.具有良好的沟通交流与表达能力；</p> <p>4.具有扎实的商业模式分析和推演能力；</p> <p>5.具有良好商业模式创新设计能力；</p> <p>6.具备开展创新创业训练与实践的能力。</p>
	预期知识获得	<p>1.掌握必要的创新思维方法；</p> <p>2.掌握商业模式的基础知识和理论框架；</p> <p>3.熟悉和运用商业模式创新的工具模型；</p> <p>4.了解和熟悉商业模式创新与管理过程的相关知识；</p> <p>5.了解商业模式创新对企业战略的延伸影响。</p>
基本要求		课程要求学生学习并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。

## (7) 创新创业实训

学分	2	学时	32 (16+16)
先修课程	管理学原理 创新与创业基础	相近课程	无
课程性质	本课程是管理学院各专业的专业选修课，适合本科大学二年级及以上阶段的同学选修，一般在第三学年第二学期开设。		
主要内容	课程内容从创新创业的概念、方法到操作流程为主线，由三个部分组成：第一部分是创新创业的基本出发点，包括相关概念、机会点识别等；第二个部分从实际操作的角度展开，主要包括创新创业计划书的编制与商业模式的构建、创业团队的建设、新企业的创办与管理、创业风险的来源和管理，涵盖了创业的全过程。第三部分组织学生实践具体创新创业过程等方面的知识。		
课程目标	预期素质获得	使学生能清晰地认识到创新创业的重要性，掌握一些基本的创新技法，并且能在学习生活中积极主动创新，通过对创新创业实践知识的学习，培养学生创新创业意识和素养，树立正确的创新创业成败观，提升其价值观和人文素养。	
	预期能力获得	通过参加创新创业实践过程，切实提升学生的创新创业能力，使学生掌握在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的创新能力和创业能力。	
	预期知识获得	通过在校内组织学生开展创新创业项目设计、参与创新创业大赛以及参与创业社团活动，在校外组织学生开展创业者访谈、创业项目考察、创业园参观等活动，使学生掌握一些基本的创新技法，并且能在学习生活中积极主动创新，并且掌握具体创新创业过程方面的理论知识与实践技能。	
基本要求	本课程主体知识内容是创新创业实训，要求学生通过学习该课程，初步掌握创新创业基本方法，并能结合管理学与营销学原理实际操作商业模式创新构建，团队的建设等；能编制创新创业计划书，进一步参加“双创”比赛；理解创业风险，并树立创业风险应对意识。		



# 修读 指南 2024

学校网站：<https://www.xujc.com>

教务部网站：<http://jwb.xujc.com>

综合教务系统：<http://jw.xujc.com>

教学文件系统：<http://teach.xujc.com>

教学促进部：<http://jxcj.xujc.com>

电子邮件系统：<http://mail.xujc.com>