



廈門大學嘉庚學院

XIAMEN UNIVERSITY TAN KAH KEE COLLEGE

专业修读指南

工商管理（专升本）



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	3
三、人才培养方案解读	5
(一) 人才培养的定位	5
(二) 知识和专业能力的要求	5
(三) 课程设置	5
(四) 修读注意事项	6
四、专业课程简介	8
(一) 专业必修课简介	8
(二) 专业选修课程简介	15

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（专科起点本科）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。学校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

本专业培养践行社会主义核心价值观，适应数智时代经济建设需要，具有人文精神与科学素养，掌握管理基本原理和现代企业管理基本理论、基本知识和基本方法，熟悉国际、国内经营环境和现代工商企业经营活动，具备国际视野、本土情怀、团队精神和沟通技能，能在各类企事业单位以及行政部门，从事运营管理、人力资源管理、营销管理等管理工作，能适应进一步深造学习的需要，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高素质应用型人才。

(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，具有开拓创新、吃苦耐劳、勇于担当的新时代企业家精神

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 具有良好的从事经济管理工作所需要的职业道德、职业健康、安全和服务意识，具有良好的身体素质和心理素质

2. 能力要求

2.1 具有自主学习和终身学习的意识和能力，具有收集处理信息、获取新知识的能力

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 具有较强的人际沟通、组织协调及语言与文字表达能力，具有环境适应和团队合作能力

2.4 具有一定的创新创业意识和实践能力，符合经济与社会持续发展的要求

2.5 适应现代信息科技发展要求，能够借助计算机处理有关事务，掌握较好的英语听说读写技能

3. 知识要求

3.1 掌握数学、经济学、统计学等基础学科的理论与方法

3.2 掌握现代管理理论，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，形成良好的管理思维

3.3 掌握企业管理的定性、定量分析方法，能运用管理分析工具对企业经营环境等做出正确的判断和决策，形成一定的数据管理思维

3.4 掌握从事管理工作所需的自然科学知识、人文社会科学知识等

(三) 学制及学习年限

学制二年，学习年限二至三年。

(四) 毕业学分说明

不低于 75 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
技能教育模块	技能必修课	技能必修课	6	4	2	128	64	64	3	3		
		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		
通识教育模块	通识必修课	通识必修课	8	6	2	160	104	56	3	3	1	1
		《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 1 学分。										
		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		
		思想政治理论课实践	1		1	32		32			2	
		形势与政策	1	1		32	32				2	
专业教育模块	专业必修课	专业必修课	33	31	2	528	466	62	14	12	7	
		学科平台课	12	12	0	192	192	0	8	4		
		管理学原理	3	3		48	48		3			
		管理经济学	2	2		32	32		2			
		会计学原理	3	3		48	48		3			
		统计学原理	4	4		64	64			4		
		专业必修课	21	19	2	336	274	62	6	8	7	
		人力资源管理	3	3		48	42	6	3			
		营销学原理	3	3		48	48		3			
		企业战略管理	2	2		32	32			2		
企业运营管理	3	3		48	40	8		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/ 学分合计			
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一	二	三	四
	财务管理	3	3		48	48			3		
	管理信息系统	2	2		32	24	8			2	
	实用商务数据分析	3	2	1	48	24	24			2+1	
	创新创业实训	2	1	1	32	16	16			1+1	
	专业选修课	16	14	2	256	207	49	4	5	7	
	修读要求： 1. 专业选修课应至少取得 16 学分，分设课程组 A 和课程组 B。 2. 课程组 A 是本专业的核心选修课程，包括市场营销、人力资源管理、运营管理、管理工具等管理领域课程，以进一步夯实学科专业基础，拓宽知识结构，提升学生创新思维和实践能力； 3. 课程组 B 为特色课程，在第 1-3 学期灵活开设，建议修读门数不超过 2 门。										
	课程组 A										
	消费者行为学	3	3		48	48				3	
	市场调查与预测	3	2	1	48	32	16		2+1		
	供应链管理	2	2		32	28	4			2	
	项目管理	3	3		48	40	8	3			
	电子商务概论	3	2	1	48	32	16	2+1			
	组织行为学	3	3		48	42	6		3		
	绩效与薪酬管理	2	2		32	32			2		
	客户关系与客户智能	2	2		32	26	6			2	
	国际企业管理	2	2		32	32				2	
	商业伦理与企业社会责任	2	2		32	24	8		2		
	企业管理案例分析	2	1	1	32	16	16			1+1	
	新商科大数据应用专题讲座	2	2		32	32		2			
	创新创业与领导力	2	2		32	26	6			2	
	课程组 B										
	咖啡馆投创与管理	2	1	1	32	16	16				
	葡萄酒品鉴与管理	2	1	1	32	16	16				
	商务礼仪	2	2		32	24	8				
实习与实践	实习与实践	12		12	14+ 22 周	2	12+ 22 周		1		11
	劳动教育	1		1	14	2	12				1
	教学实践:市场调查与分析	1		1	2 周		2 周		2 周		
	毕业实习(工管)	4		4	8 周		8 周				8 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		75	55	20	1086	843	243	24	24	15	12

三、人才培养方案解读

（一）人才培养的定位

工商管理专业定位于聚焦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。

本专业紧扣时代的发展制定培养方案，通过“产教融合、校企共育”的人才培养模式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。如本专业的培养目标所述，本专业学生能在各类企事业单位以及行政部门，从事运营管理、人力资源管理、营销管理等管理工作，能适应进一步深造学习的需要。

（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的基本能力，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，又重视人文与科学素养等的培养，使学生掌握现代化管理理论以及企业管理的定性、定量分析方法，塑造良好的管理思维与数据决策能力，具备自主学习和终身学习的意识和能力，能够应用管理理论和方法分析并解决理论与实践问题。

（三）课程设置

1. 技能教育模块

该模块定位于培养学生的外语基本技能，主要设置《大学英语III》《大学英语IV》2 门必修课程。

2. 通识教育模块

该模块设置统一规定的《形势与政策》《中国近现代史纲要》《马克思主义基本原理》《思想政治理论课实践》等通识必修课程，旨在提高学生的思想政治素质，坚定爱国主义情怀，树立正确的世界观、人生观和价值观，增强社会责任感。其中《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 1 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，

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本专业的主干课程，分为学科平台课程组和专业必修课程组。

其一，学科平台课程组。设置管理类学科的共同基础课程，夯实学生掌握管理类专业学习所需的知识基础。本类课程包括管理学原理、管理经济学、会计学原理、统计学原理等。

其二，专业必修课程组。该类课程包含了教育部要求开设的本专业基础课程，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、企业运营管理、营销学原理、财务管理及企业战略管理等专业核心课程。

专业选修课：该类课程为专业知识深度和广度延伸的补充。为了更好地培养学生的专业素养，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，本专业开设 A、B 两个专业选修课程组供选择。课程组 A 是本专业的核心选修课程，包括市场营销、人力资源管理、运营管理、管理工具等管理领域课程，以进一步夯实学科专业基础，拓宽知识结构，提升学生创新思维和实践能力；课程组 B 为特色课程，在第 1-3 学期灵活开设，建议修读总门数不超过 2 门。总体上，应确保专业选修课取得总学分不低于 16 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环节，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。《劳动教育》旨在引导学生树立正确的劳动观念，培养必备的劳动能力，培育积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质，全面提高学生劳动素养。要求学生能结合专业特点，在动手实践的过程中创造有价值的物化劳动成果。每生每学年劳动实践学时不少于 6 学时，具体实践内容以本专业《劳动教育》实践环节教育计划为准。实践教学周安排在第一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。毕业论文（设计）是对学生知识水平、创新意识、创新能力等综合素质和实践能力进行全面考察的综合性课程，应严格遵守学术论文（设计）规范，校、院和本专业的毕业论文工作管理办法，按照学术论文（设计）的格式撰写（制作）。

（四）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. 每个学期的学分修读量应适当控制，一般在 24 学分以内。通常情况下，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. 学生应完成专业选修课教学计划总学分的最低要求方可毕业。专业选修课考核若不合格，可通过修读其他专业选修课程补足学分。

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）。具体参看每学期选课系统中相关课程的描述，也可以咨询教学秘书或专业主任。

7. 《劳动教育》按学年组织开展，毕业前若未按课程要求完成相应学时，则不能取得学分，无法通过毕业审查。若实践教学周课程未取得学分，将会影响毕业时间。

四、专业课程简介

(一) 专业必修课简介

(1) 管理学原理

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，是工商管理、电子商务、市场营销、国际商务、行政管理（专科起点本科）的专业必修课，在第 1 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	学生在学习中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) 会计学原理

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》是经管类相关（专科起点本科）专业的专业必修课，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，为后续学习财务管理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	严格遵循国家立德树人的根本任务，引导并培养学生诚信的品质；启发并引导学生逐步建立可持续发展观的理念；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	通过本课程的学习，学生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。更重要的是提高学生在课堂中的参与意识及互动积极性，培养学生自主思考、勇于钻研的能力。
	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》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。

(3) 统计学原理

学分	4	学时	64
先修课程	无	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、管理学类相关（专科起点本科）专业的专业必修课。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。		
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，学生将会获得良好的爱国素质，同时也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	本课程将引导学生建立爱国意识与社会主义文化自信，树立正确的人生观、价值观、世界观。同时学生通过课程学习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"> 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。 		

(4) 管理经济学

学分	2	学时	32
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是市场营销、电子商务、工商管理（专科起点本科）专业的专业必修课程。		
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	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。		

(5) 人力资源管理

学分	3	学时	48（42+6）
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	《人力资源管理》是工商管理专业（专科起点本科）的专业必修课，在第 1 学期开设。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。		
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。		

(6) 营销学原理

学分	3	学时	48
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	《营销学原理》是高等院校商学各专业的主干专业课程之一，是营销类专业各门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、工商管理（专科起点本科）专业的必修课程。		
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。		

(7) 企业运营管理

学分	3	学时	48 (40+8)
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	《企业运营管理》是工商管理专业（专科起点本科）的专业必修课程，一般在第 2 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。

(8) 财务管理

学分	3	学时	48
先修课程	会计学原理	相近课程	无
课程性质	《财务管理》是市场营销、工商管理（专科起点本科）专业的专业必修课。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的主要原理与基本方法，以及运用理论方法解决实际财务问题研究思路，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。		

(9) 企业战略管理

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	《企业战略管理》是市场营销、工商管理（专科起点本科）专业的专业必修课，也是国际商务（专科起点本科）专业的专业选修课，一般在第二学期开设。		
主要内容	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	培养学生全局观念，有培养学生的战略思维与分析能力，为将来有志从事战略管理工作打下扎实的基础。	
	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	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。		

(10) 管理信息系统

学分	2	学时	32（24+8）
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	该课程为工商管理（专科起点本科）专业的专业必修课，一般在第三学期开设。		
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、评价组织中开发和利用信息技术的管理问题。	
基本要求	本课程内容丰富，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。		

(11) 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	本课程是工商管理(专科起点本科)专业的专业必修课，一般在第 3 学期开设。		
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		

(12) 创新创业实训

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(专科起点本科)的专业必修课，一般在第 3 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。

（二）专业选修课程简介

（1）消费者行为学

学分	3	学时	48
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是市场营销、工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课。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。		
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。		

（2）市场调查与预测

学分	3	学时	48（32+16）
先修课程	管理学原理 营销学原理	相近课程	无
课程性质	《市场调查与预测》是工商管理专业（专科起点本科）的专业选修课，一般在第2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。		
主要内容	《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。
课程 目标	预期素质 获得	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。
	预期能力 获得	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。
	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。
	基本要求	掌握基本的调研步骤和原则，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。

(3) 供应链管理

学分	2	学时	32 (24+8)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课，一般在第三学期开设。		
主要内容	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。		
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。	
	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。	
	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。	
	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。	

(4) 项目管理

学分	3	学时	48 (40+8)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	《项目管理》是工商管理专业（专科起点本科）的专业选修课，在第 1 学期开设。		
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。		

(5) 电子商务概论

学分	3	学时	48 (32+16)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是电子商务（专科起点本科）专业的专业必修课，同时也是工商管理（专科起点本科）专业的一门专业核心选修课程。		
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。		

(6) 组织行为学

学分	3	学时	48 (42+6)
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	本课程是工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课。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。		
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。		

(7) 绩效与薪酬管理

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理 人力资源管理	相近课程	无
课程性质	本课程是工商管理（专科起点本科）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》课程中绩效管理与薪酬管理模块的进一步深入学习，一般在第二学期开设。		
主要内容	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。
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。

(8) 国际企业管理

学分	2	学时	32
先修课程	管理学原理	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。本课程是工商管理专业(专科起点本科)的专业选修课,一般在第3学期开设。		
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。
-------------	---

(9) 客户关系与客户智能

学分	2	学时	32 (26+6)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是市场营销、电子商务、工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课。		
主要内容	本课程主要包括客户关系管理理念和客户关系管理技术两大模块，模块一客户关系管理理念包含客户识别、客户开发和客户维护的客户关系管理全过程，其中客户关系的建立主要包括客户关系的建立的基本观念更新及基本流程的讲解（5A 流程）；客户关系的维护主要包括客户满意度、忠诚度、客户流失及客户服务技巧；同时介绍客户关系管理在前互联网时代、互联网时代和人工智能时代下的变化和特点，提出客户智能、客户智能体系框架。模块二客户关系管理技术主要包括客户关系管理系统与客户智能系统。		
课程目标	预期素质获得	树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想；理解客户关系管理是对企业的客户进行规划和控制的一项管理活动，是企业管理的一个重要组成部分；提升学生综合管理素质。	
	预期能力获得	与客户建立关系的能力；维护客户关系的能力；对客户关系的链进行有效管理的能力；利用 CRM 系统做出市场营销策略和客户策略的能力；在实际生活和工作中面对客户关系时的分析问题和解决问题的能力。	
	预期知识获得	理解客户关系管理的理念；掌握客户关系建立的流程、客户关系维护的技巧与方法，以及客户关系管理系统的分析与实施；理解客户智能的含义，了解客户智能在各行各业的应用。	
基本要求	要求学生通过本课程的学习，理解客户关系管理的理念，掌握客户关系管理中的技巧和方法，了解客户智能的含义以及客户智能在各行各业的应用情况，提高在实际生活和工作中面对客户关系时的分析问题和解决问题的能力。		

(10) 商业伦理与企业社会责任

学分	2	学时	32 (24+8)
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	本课程是工商管理专业(专科起点本科)的专业选修课，一般在第 3 学期开设。		
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。	

(11) 企业管理案例分析

学分	2	学时	32 (16+16)
先修课程	管理学原理	相近课程	无
课程性质	本课程是工商管理专业(专科起点本科)的专业选修课，一般在第 3 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。		

(12) 新商科大数据应用专题讲座

学分	2	学时	32
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是电子商务、工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课，也适合其他商科类专业学生修读。		
主要内容	课程内容包括大数据概述、大数据技术基础、大数据采集与预处理、大数据存储与管理、大数据分析与管理、大数据可视化、大数据思维及行业应用，电子商务大数据应用、物流大数据应用、旅游管理大数据应用、人力资源大数据应用、市场营销大数据应用、金融大数据应用、财务会计大数据应用等相关专题讲座构成。为了避免陷入空洞的理论介绍，每个专题都融入丰富的典型案例分析，这些案例具有很强的代表性和说服力，能够让学生直观感受大数据相应专题理论的具体内涵。		
课程目标	预期素质获得	树立良好的人文与科学素养；强化实践创新精神和创业意识；养成勤勉、踏实的学习习惯；培育辨析与批判精神，树立科学思想、崇尚科学精神；培养对大数据相关应用领域发展动态及新知识、新技术的敏锐性。	
	预期能力获得	掌握并获得基于大数据的管理思维、数据意识、数据思维、计算思维、数据伦理和数据安全意识；获取知识与自主学习能力、良好的沟通交流与表达能力、良好的批判性、创新性能力；执行“学以致用”，有自主意识地搜集资料、进行商科大数据管理与应用热点追踪。	
	预期知识获得	建立对大数据知识体系总体轮廓性认识；熟悉大数据相关概念、原理、关键技术、计算模式和产业发展、管理与应用领域；了解大数据与云计算、物联网和人工智能之间的关系与联系；熟悉并掌握商科大数据应用产业热点，探寻“大数据+专业”的应用结合点；认识并掌握大数据思维，大数据技术框架，大数据商业应用全流程相关知识和理论；掌握大数据与传统商科专业的创新结合点，培养并行化思考问题的能力。	
基本要求	了解大数据相关概念、原理、技术，培养大数据思维，养成专业大数据应用意识；强化大数据时代更宏观和全面的数据分析视角；宏观上了解大数据的支撑技术、管理应用领域和商科大数据产业演进情况。清晰地理解大数据的产业价值链、全球竞争格局及产业现状及管理应用趋势；积极投身大数据时代的变革浪潮之中，增强基于专业大数据的创新、创业热情。		

(13) 创新创业与领导力

学分	2	学时	32（26+6）
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	创新创业与领导力是研究创新创业活动的一般规律以及如何对创新创业活动进行有效领导的科学，培养学生作为团队领导者如何扮演团队执行力的领导者、管理者和实践者，从中推动团队的创新力，将创新力转化为竞争力的能力。本课程是工商管理专业(专科起点本科)的专业选修课，一般在第3学期开设。		

主要内容		本课程以创新创业研究领域以及领导学研究领域的理论和方法为主要知识基础，主要研究内容包括创业思维、创新实务、领导力理论、创业型领导策略、建立创业愿景、领导创业团队等内容。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；对领导创新创业活动的一般规律有正确的认知；对创业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	领导创新创业活动的基本能力；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	掌握领导创新创业活动的一般规律的基础知识，掌握创业思维、创新实务、领导力理论、创业型领导策略、建立创业愿景、领导创业团队等知识内容。
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，实践课程内容要求学生就切身或有兴趣的议题，提出创新/创业的草案，并透过课堂讨论或校内/外的相关竞赛，吸取经验逐步修正方案内容与模式，提高分析问题、解决问题的能力。

(14) 商务礼仪

学分	2	学时	32 (24+8)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	《商务礼仪》是一门专业技能选修课，具有较强的普遍应用性，尤其适用于管理学院各专业学生。		
主要内容	本课程主要讲述中国礼仪文化的起源、现代商务礼仪的重要性、特点及重要原则；商务人员仪容、仪表、仪态和言谈的基本礼仪知识，以及在商务场合下各礼仪环节的适用要求和标准；商务人员接打电话礼仪、收发邮件礼仪、新媒体礼仪（微博、微信、公众号、小红书、博客、抖音）、交通礼仪的规范及技巧；日常见面礼仪；商务往来礼仪，即商务接待及拜访、礼品馈赠礼仪等；商务活动礼仪，包括新闻发布会、展览会和展销会、商务谈判及庆典活动礼仪等；商务宴请礼仪；求职面试礼仪；办公礼仪和涉外商务礼仪等。		
课程目标	预期素质获得	1.运用所学礼仪知识，在商务活动中学会尊重他人，尊重商务伙伴，遵循礼仪规范。 2.培养良好的商务礼仪行为和自我形象管理意识，不断学习和实践商务礼仪。 3.在组织团队中有效进行商务沟通与合作，展现领导力和团队合作精神，提升工作效率。	
	预期能力获得	1.增强核心能力素养和商务交际能力，提升个人品牌价值。 2.锻炼领导力和领导艺术，培养沟通协调能力、团队协作能力、抗压能力等。 3.增强文化自信、拥有爱自己、爱合作伙伴、爱社会、爱国家的能力和综合素养。	
	预期知识获得	1.掌握商务场合下，各礼仪环节的适用要求和规范标准。 2.灵活运用跨文化沟通技巧，建立互信，有效推进商务合作进程。 3.深入理解不同文化背景下的商务习俗，规避误解与冲突，促进商务关系和谐发展。	

基本要求	<ol style="list-style-type: none"> 1.了解商务人员个人礼仪、商务往来礼仪、商务活动礼仪等知识。 2.掌握商务人员谈判的技巧、以及商务人员沟通的技巧及礼仪规范。 3.理解和掌握通联礼仪、商务往来礼仪、商务活动礼仪、办公礼仪、涉外礼仪的规则及重要原则。 4.借助课程所学知识，培养更加规范、得体、干练的商务人员形象与气质，以满足新商科核心素养的要求。
-------------	---

(15) 咖啡馆投创与管理

学分	2	学时	32 (16+16)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程是电子商务、工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课，是系统地对学生进行咖啡馆投创与管理的基础理论教育和咖啡师基础技能培训的技能选修课程，是一门理论与实践融为一体的课程，同时也是高校极具特色的技能选修课程之一，以此来强化对学生全面的素质教育。		
主要内容	本课程主要讲授咖啡馆自主创业的相关知识及咖啡饮品制作的基本技能，通过丰富的案例分析和经验资源分享予以阐述知识点，并通过大量的实操演练进行巩固。		
课程目标	预期素质获得	<ol style="list-style-type: none"> 1.树立良好的公民意识和社会责任感。 2.培养敏锐的市场洞察力和对咖啡文化的热爱。 3.具备咖啡馆自主创业的基本素质和服务的专业素养。 4.拥有人文关怀和团队协作精神。 	
	预期能力获得	<ol style="list-style-type: none"> 1.具备餐饮业创业精神和创新实践能力。 2.具有优秀的咖啡馆经营和管理能力。 3.具备咖啡馆基本服务技能和人际交往能力。 4.掌握手冲滴滤咖啡、虹吸咖啡和意式浓缩咖啡的专业操作技能。 	
	预期知识获得	<ol style="list-style-type: none"> 1.了解咖啡从种子到杯子的系统知识，包括种植、采摘、处理、烘焙、制作、品鉴、保存等每一环节的基本工艺与要求。 2.了解咖啡在命名、分级等方面的常识，掌握评判一杯咖啡品质好坏与否的标准。 3.掌握三种咖啡的制作流程及注意事项。 4.掌握咖啡馆投创的基本流程以及相关知识，包括咖啡馆选址、装修风格、设备采购、产品研发及定价等前期准备工作。 5.掌握咖啡馆营业流程、服务礼仪、品牌营销等实务操作技能与方法。 	
基本要求	本课程授课教师来自企业，实务经验丰富，实操部分较多，这就要求学生在学习中，要认真实践、主动思考、积极发问。实操及日常授课分小组进行，学生们应自觉培养团队协作精神，积极参与小组调研，自觉以一个职业咖啡师的标准来要求自己，学以致用。		

(16) 葡萄酒品鉴与管理

学分	2	学时	32 (16+16)
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	《葡萄酒品鉴与管理》是本课程是电子商务、工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课，是专业品/侍酒师、涉外五星级酒店管理、高档西餐厅管理、国际远洋邮轮管理、酒吧等高级管理人员或葡萄酒相关行业从业人员不可或缺的学习教程。		
主要内容	本课程以英国 WSET 葡萄酒与烈酒教育基金委员会，以及瑞士 IHTTI 酒店管理协会课程设置的框架为主，注重学生对世界葡萄酒文化、品鉴艺术及餐酒知识的认识，并进行最大化的实践强化。本课程主要介绍世界葡萄酒的历史、类型、特征和产区；葡萄树的品种、培育和采收；葡萄酒的品鉴知识与技能；西餐礼仪与餐酒搭配的知识和技能等。		
课程目标	预期素质获得	<ol style="list-style-type: none"> 1.对酒店业和餐饮业的职业认同感和使命感。 2.对旅游服务的兴趣、热情、自信及优良的职业素养。 3.良好的文化素养和美学修养、时代意识和国际视野。 	
	预期能力获得	<ol style="list-style-type: none"> 1.国际主要葡萄品种的品鉴。 2.葡萄酒的侍酒礼仪与技能。 3.宴会上的国际社交礼仪与技巧。 4.应用葡萄酒品鉴与西餐礼仪指导餐饮管理实践活动。 5.软能力包括：创造性思维与创新实践能力；沟通与人际交往能力。 	
	预期知识获得	<ol style="list-style-type: none"> 1.葡萄酒的历史、类型和产区。 2.葡萄树的品种、栽培和采收。 3.葡萄酒品鉴的过程、方法和评分体系。 4.葡萄酒的益处与风险。 5.葡萄酒酒杯及配套用具的甄别与使用。 6.西餐的种类及餐酒搭配。 7.葡萄酒的侍酒礼仪、社交礼仪及西餐礼仪。 8.葡萄酒的选购、贮藏、营销与投资。 	
基本要求	<ol style="list-style-type: none"> 1.本课程实践性比较强，要求学生具备一定的动手能力。 2.本课程涉及国际葡萄酒知识，要求学生具备一定的英文基础，保持开放性，勇于尝试，快乐学习！ 3.本课程的教学进度会随着学生的实操与理解程度而调整，或者到厦门上课，要求学生具备一定的适应能力。 		



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>