工商管理

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。我们的学生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 AI 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。我们的行政管理人员应该比其他同仁更加自信、自觉和富于理性。因此我们的管理团队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，推选教研室负责人；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，管理学院通过扁平化管理，形成“院-室”架构，使整个管理学院也成为一个大的学习型组织。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 AI 等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

2026 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）专业核心课程..... 3
（四）学制及学习年限..... 3
（五）毕业学分要求..... 3
（六）授予学位 3
（七）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..... 8
（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..... 13
（一）主要专业必修课简介..... 13
（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、运营管理及战略决策等各个方面。

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科系。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 多年的历史。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、国企等被彻底激活，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，连续多年位列热门专业人才需求榜。有人认为工商管理专业“学得多而不精”，实则其培养体系注重广度与深度结合，既搭建完整管理知识框架，又提供细分领域的专精方向选择。同时，数智思维、创新能力等能力培养，使学生能应对现代商业复杂挑战，更加符合新时代对复合型、学科融合型人才的需求。

厦门大学嘉庚学院工商管理专业从 2004 年开始设置并招生，经过了 3 个发展阶段，我们集中优势资源夯实自身专业建设，打造“产教融合、校企共育”的人才培养模式。工商管理专业 2017 年就被列为福建省双创教育改革试点专业，2020 年工商管理专业入选嘉庚学院一流专业建设点。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。近年来，随着人工智能等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，侧重培养学生的数据智能思维、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。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、方法及人工智能等前沿知识，具备数据智能思维，拥有国际视野、本土情怀及企业家精神，兼具问题意识、团队精神和沟通技能，担当民族复兴大任、富有社会责任感、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、商业智能分析、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，遵循数字伦理规范，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，深刻理解数据要素和人工智能在商业管理中的价值与意义，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，有较强的数智时代环境适应能力。

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，善于追踪人工智能领域新知识、新技术，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、方法，利用数据智能技术，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、企业管理常用办公软件及人工智能应用等工具，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、人工智能、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，学习数据分析与管理决策的专业知识和技能，熟悉智能决策技术在管理场景中的深度应用。

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）专业核心课程

1.管理学原理(A)　2.会计学原理　3.人力资源管理(A)　4.企业运营管理(A)　5.财务管理(B)　6.营销学原理(A)　7.战略管理与商业伦理　8.组织行为学(A)　9.项目管理(A)　10.创新创业实训　11.大数据与商业决策分析　12.公司治理　13.数智管理与人工智能(B)

（四）学制及学习年限

学制四年，学习年限三至六年。

（五）毕业学分要求

不低于 137 学分。

（六）授予学位

管理学学士。

（七）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)							
			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
通识教育模块	通识必修课	通识必修课	35	20	15	656+3 周	344	312+3 周	8	10	3	6	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。														
		人工智能与计算机基础	2	1	1	32	16	16		1+1						
		通用英语Ⅰ/通用英语(艺术类)Ⅰ	2	1	1	32	16	16	1+1							
		通用英语Ⅱ/通用英语(艺术类)Ⅱ	2	1	1	32	16	16		1+1						
		专项英语	2	1	1	32	16	16			1+1					
		多元英语	2	1	1	32	16	16				1+1				
		军事训练	2		2	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				
		军事理论	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
	通识选修课	通识选修课	22	14	8	480	224	256		3	4	4	4	6		1
		通识选修课设置人类文明与人文关怀、社会科学与现代社会、科学精神与科技创新、生命关怀与环境保护、艺术体验与审美鉴赏、思维方法与思维训练六个模块。其中： 1.《生涯规划-探索与管理》《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》5 门课程须修读合格。 2.“艺术体验与审美鉴赏”模块须至少修读 2 学分。 3.鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。对于符合条件的活动成果，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						
		大学生心理健康教育	1	1		32	22	10		1+1						
		劳动教育	1		1	32	8	24								2
		国家安全教育	1	1		16	16				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)							
			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
		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	专业必修课	37	36	1	592	554	38	12	9	9	4	3			
		学科基础课	22	22	0	352	344	8	12	6		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(B)	2	2		32	32		2							
		宏观经济学原理(B)	2	2		32	32			2						
		管理学原理(A)	3	3		48	48		3							
		会计学原理	3	3		48	48		3							
		数智管理与人工智能(B)	2	2		32	24	8		2						
		专业基础课	15	14	1	240	210	30		3	9		3			
		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					
		战略管理与商业伦理	3	2	1	48	32	16					2+1			
	专业选修课	专业选修课	30	26	4	480	390	90			4	7	10	9		
		修读要求： 1.课程组 A（**应取得不低于 22 学分**）：本组为专业核心选修课程，设 3 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														
		习近平经济思想概论	2	2		32	24	8					2			
		商务策划	2	2		32	24	8			2					
		电子商务概论(B)	2	2		32	32				2					
		运筹学(A)	3	3		48	46	2				3				
		国际企业管理	2	2		32	32					2				
		项目管理(A)	3	3		48	40	8				3				
		创新与项目财务思维	2	2		32	24	8				2				
		经济法(经济类)(B)	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)							
		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
	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+1			
	数字化质量管理	2	2		32	24	8					2			
	文献阅读与论文写作(经管类)	2	2		32	24	8					2			
	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+1		
	营销案例研究分析	3	2	1	48	32	16						2+1		
	供应链管理(B)	2	2		32	24	8						2		
	创新创业实训	2	1	1	32	16	16						1+1		
	A2：数智化管理														
	数据库应用	2	1	1	32	16	16			1+1					
	企业研究方法	2	1	1	32	16	16			1+1					
	Python 与数据分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	商务智能业务思维与实战	3	2	1	48	32	16					2+1			
	实用商务数据分析	3	2	1	48	24	24					2+1			
	大数据与商业决策分析	3	2	1	48	24	24						2+1		
	数字时代的消费者行为	2	2		32	24	8						2		
	数据资产管理	2	2		32	24	8						2		
	A3：组织与人力资源管理														
	组织行为学(A)	3	3		48	42	6			3					
	绩效与薪酬管理	3	2	1	48	32	16				2+1				
	数智时代领导力与团队建设	2	1	1	32	16	16				1+1				
	公司治理	2	2		32	32						2			
	员工关系管理	2	2		32	32							2		
	课程组 B														
	B1：学科拓展综合														
	“一带一路”沿线国家概览	2	2		32	32									
	茶饮品牌创新与运营	2	1	1	32	15	17								
	电商大数据分析	2	1	1	32	16	16								
	服务管理	3	3		48	48									
	供应链运营模拟	2	1	1	32	16	16								
	华商经营管理之道	2	2		32	32									
	会展与节事产业概论	2	2		32	32									
	客户关系与客户智能	2	2		32	26	6								

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)							
		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
	跨境电子商务	3	2	1	48	32	16								
	连锁经营管理概论	2	2		32	32									
	旅游资源开发与规划	3	2	1	48	32	16								
	品牌文化与鉴赏	2	2		32	32									
	商务礼仪	2	2		32	24	8								
	数字化转型与创新管理	2	1	1	32	16	16								
	数字金融	3	3		48	48									
	网络营销	3	2	1	48	32	16								
	现代休闲产业管理	2	2		32	32									
	国际贸易实务	3	3		48	48									
	国际商务谈判	2	2		32	32									
	财务报告分析(B)	2	2		32	32									
	个人理财(B)	2	2		32	32									
	公共政策分析(经济类)	3	3		48	48									
	证券投资学(B)	2	2		32	32									
	人工智能产业及其行业应用	2	2		32	32									
	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									
	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	实习与实践	13	0	13	26 周		26 周		1		1		1	4	6
	创新实践Ⅰ:企业经营与创新生态调研	1		1	2 周		2 周		2 周						
	创新实践Ⅱ:企业管理方案设计	1		1	2 周		2 周				2 周				
	创新实践III:综合管理研究与职场实践	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		**137**	**96**	**41**	**2208**	**1512**	**696**	**20**	**23**	**20**	**22**	**19**	**20**	**4**	**9**

三、人才培养方案解读

（一）人才培养的定位

工商管理专业紧扣数智时代技术变革、产业转型与市场竞争对商科人才的新要求，面向现代企业管理应用场景，培养理论功底扎实、专业技能过硬的应用型、复合型、创新型管理人才。专业紧跟时代发展优化培养方案，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智能思维、管理技术及企业家精神的综合管理人才。

本专业毕业生进入企业工作，能够将个人兴趣专长与专业结合进行职业选择，行业多元、岗位多样，可以从事企业经营管理、人力资源管理、商业智能分析、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。此外，学生综合素质高，视野更宽，思考问题更加全面，在事业单位及政府部门工作也有较好的竞争力。在考研或是出国深造方面，学生专业基础课程扎实，选修课程又极具复合性，既可以选择本专业，也可以在经管类或者其他专业进行跨专业选择。

（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，学习数据分析与管理决策的专业知识和技能，熟悉智能决策技术在管理场景中的深度应用。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。熟练运用计算机、企业管理常用办公软件及人工智能应用等工具，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、方法，利用数据智能技术，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与能力都能大显身手。

（三）课程设置

1．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，如体育、军事训练、思想政治理论课程、人工智能与计算机基础等。旨在夯实学生的思想政治根基，强化家国情怀与法治观念，确立正确的世界观、人生观和价值观；同时提升外语应用与跨文化沟通能力，拓展国际视野；锻炼强健体魄，培养坚韧意志，增强国防意识；提高信息素养，强化信息安全意识。整体实现知识、能力与素养协调发展，塑造德智体美劳全面发展的高素质人才。

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。通识选修课设置人类文明与人文关怀、社会科学与现代社会、科学精神与科技创新、生命关怀与环境保护、艺术体验与审美鉴赏、思维方法与思维训练六个模块，取得总学分不得低于 22 学分，其中：

（1）《生涯规划-探索与管理》《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》5 门课程须修读合格。

（2）“艺术体验与审美鉴赏”模块须至少修读 2 学分。

（3）鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。对于符合条件的活动成果，可依学校规定申请认定学分。

2．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，旨在培养学生的专业素养。它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，具体分为专业必修课、专业选修课及实习与实践三部分。

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，包括学科基础课程和专业基础课程，以实现“知识全面、基础宽厚”的人才培养特点。

学科基础课既是专业学习的重要支撑，也是经济管理类通用必修课程，为学生考研、出国深造及跨专业发展奠定基础，其主要课程包括管理学原理、经济学原理、会计学原理、经济数学、统计学原理、数智管理与人工智能等。专业基础课为专业核心课程，涵盖人力资源管理、营销学原理、财务管理、企业运营管理、战略管理与商业伦理等专项管理类课程，紧扣专业培养目标进行系统设置。

专业选修课：该类课程是对专业知识深度和广度的延伸补充。为了更好地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，提升学生分析解决企业管理复杂问题的能力，培养其运用数据科学与智能技术开展商务数据分析、管理决策及创新管理的综合能力，同时也为了满足学生多样化需求，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，课程涵盖三大方向：企业经营管理类（电子商务概论、供应链管理、项目管理、管理经济学、经济法、企业管理案例分析、市场调查与预测、数字化质量管理、创新创业实训等）；数智化管理类（数据库应用、企业研究方法、Python 与数据分析、商务智能业务思维与实战、商务数据分析、大数据与商业决策分析、数字时代消费者行为、数据资产管理等）；组织与人力资源管理类（组织行为学、绩效与薪酬管理、员工关系管理、公司治理、数智时代领导力与团队建设等）。课程组 A 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 单元涵盖金融、财务管理、国际贸易、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 30 学分，其中课程组 A 取得总学分不低于 22 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动，要求学生将所学知识应用于实践，如：实践教学周、毕业实习、毕业论文等。其中，实践教学周每学年安排两周，累计六周，开展企业经营与创新生态调研、管理方案设计、综合管理研究与职场实践等项目，有效锤炼学生实操能力与理论联系实际能力。

（四）课程教学改革

本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。在扎实的必修课程基础上，提供丰富的选修课程单元，满足不同学生的发展需求。面对新技术、新产业、新业态快速发展的市场背景，本专业持续探索课程改革，构建全面且极具特色的课程体系，涵养学生知识全面、基础宽厚，实现专通结合、专长突出，以契合市场需求。

工商管理专业呈现多学科交叉特征，知识覆盖自然科学与人文科学多个领域，着重培养学生管理、经济及企业管理综合素养，使其熟练掌握商科前沿新技术、新方法，具备自主学习、独立思考以及分析和解决实际管理问题的能力。同时，引导学生树立终身学习理念，主动跟进人工智能领域前沿动态，适配社会与个人长远发展需求。立足数智化转型时代背景，本专业构建清晰的“一核双翼”课程体系，涵盖“企业经营管理”“数智化管理”和“组织与人力资源管理””三大领域：以“企业经营管理”为核心承载管理理论与实践，以“数智化管理”和“组织与人力资源管理”为左右驱动引擎。三大课程模块有机融合协同发力，数智化管理依托数字技术开展经营研判与趋势洞察，保障企业科学经营；组织与人力资源管理聚焦激活个体潜能，搭建高效协同的现代组织体系。

本专业教师队伍兼具国际教育背景、复合知识结构与丰富实践经验，课堂教学深受学生喜爱，多位教师获评优秀教学奖。专业积极推进课程建设，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。课程普遍采用多元教学方法，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，实现从教师中心向学生中心的转变，促进知识向能力转化，启发学生独立思考，提升学习能力。同时，积极运用学习通、微信群等信息化教学平台与工具，线上辅助线下教学，将课堂延伸至课外，提升教学效率与效果。

除课堂教学外，本专业搭建了良好的实践平台，设置完整的实践教学体系。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，以及 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，全面培养学生的学习能力、创新精神和实践能力。

经过多年建设，本专业形成了“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，推动专业实践课程与创新创业教育深度融合，全方位培养创新思维和创业能力；着力打造专通结合、专长突出的人才培养路径，使学生掌握现代管理

理论及定性与定量相结合的管理方法，具备运用数据科学知识进行大数据商务分析和科学管理决策的能力，成为能够适应数字化、智能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．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。学生应按照培养方案设置的开课学期修读并顺利取得各模块的必修课课程学分，以免影响后续学业修读计划。

3．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，可修读同模块的其他课程补足学分。

4．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。

5．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。

6．《劳动教育》包括 8 理论学时与 24 实践学时。其中劳动教育理论教学依托《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》等课程开展。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。

7.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。

8．其他学业修读事项，可到管理学院网站查阅《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）微观经济学原理(B)

学分		2	**学时**	32
先修课程		无	**相近课程**	微观经济学原理(A)
课程性质		《微观经济学原理(B)》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，并为后续的经济学课程打下良好的基础。		
主要内容		《微观经济学原理(B)》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基本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(B)

学分	2	**学时**	32
先修课程	微观经济学原理(B)	**相近课程**	宏观经济学原理(A)
课程性质	《宏观经济学原理(B)》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基本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

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》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。		
课程目标 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。		
课程目标 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）数智管理与人工智能(B)

学分	2	学时	32（24+8）
先修课程	无	相近课程	数智管理与人工智能(A)
课程性质	本课程是管理学院电子商务、工商管理、物流管理等专业的一门学科基础课（属专业必修课），适合一年级或二年级学生修读。定位为一门新商科背景下的数据科学与人工智能引导入门课。		
主要内容	课程内容包括数据与大数据、数据科学概述、数据思维、数据存储与管理、大数据分		

		布式存储、大数据计算模式与云计算、描述性与探索性数据分析、人工智能概述、经典人工智能技术、数据科学和 AI 在商科中的应用及项目实践等。主要聚焦经管领域所需数据科学与人工智能相关理论及技术知识框架搭建，重点针对学生商务数据分析与挖掘能力、大数据与 AI 技术应用能力、数据思维与计算思维的养成。教学方式采用：理论讲解+课堂互动+案例分析的方式，努力将深涩的理论融入到具体典型案例中，提高学生的学习热情和兴趣。
课程目标	**预期素质获得**	1.培养学生对数据科学和人工智能的科学探索精神，激发学生对新兴技术的好奇心和求知欲。 2.增强学生的创新意识，鼓励学生在数据科学与人工智能应用于商科领域方面提出新的想法和观点。 3.提升学生的信息素养，使学生能够准确识别、评估和利用数据科学与人工智能相关信息。 4.培养学生的团队合作精神和沟通能力，通过项目实践和小组讨论等活动，让学生学会在团队中协作完成任务。
	预期能力获得	1.具备运用数据思维分析和解决商科问题的能力，能够将商业问题转化为数据问题，并运用数据科学方法进行分析。 2.掌握基本的数据处理、分析和可视化方法，为后续的数据分析和人工智能应用奠定基础。 3.初步具备运用机器学习和深度学习算法解决简单商科问题的能力，如市场预测、客户分类等。 4.提高学生的自主学习能力，使学生能够根据自身需求，自主学习数据科学与人工智能领域的新知识、新技术。 5.培养学生的项目实践能力，包括项目规划、数据收集、模型构建、结果分析和展示等能力。
	预期知识获得	1.理解数据、大数据、数据科学、人工智能等基本概念及其相互关系。 2.掌握数据思维的内涵和原理，以及如何在商科领域应用这些概念。 3.了解机器学习和深度学习的基本原理、分类和常见算法，以及它们在商科中的应用场景。 4.掌握数据存储、管理、计算与分析的基本方法，以及大数据平台和云计算的相关知识。 5.熟悉数据科学和人工智能在财务管理、市场营销、金融、电子商务、企业运营、人力资源管理等商科领域的具体应用案例和发展趋势。
基本要求		1.学生应按时上课，遵守课堂纪律，积极参与课堂互动（包括提问、回答、小组讨论等）。 2.认真完成课程作业，作业应体现学生的独立思考和分析能力，按时提交作业。 3.积极参加课程实践环节，如项目实践、案例分析等，在实践中提高自己的能力。 4.学生应主动阅读相关教材和参考资料，拓宽自己的知识面，加深对课程内容的理解。

（7）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。

（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扎实基础。		
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）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。

（10）财务管理(B)

学分	3	**学时**	48
先修课程	会计学原理	**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。		

（11）战略管理与商业伦理

学分	3	**学时**	48（32+16）
先修课程	管理学原理(A)	**相近课程**	企业战略管理、商业伦理与企业社会责任
课程性质	本课程为“战略-伦理-责任”一体化产教实战课，是工商管理专业的专业必修课，同时也是管理类其他专业的专业选修课。课程深度融合《企业战略管理》的战略分析、制定、实施与管控体系，以及《商业伦理与企业社会责任》的伦理准则、责任体系与实践		

		规范，打破战略管理与商业伦理的知识壁垒，立足现代商业真实场景。以产教融合为导向，聚焦企业战略全流程中的伦理困境、责任担当问题，培养兼具战略思维、道德素养与实战能力的复合型经管人才，助力学生适配现代企业对职业经理人 “懂战略、守伦理、担责任” 的综合用人要求。
主要内容		课程以企业战略全生命周期为主线，将商业伦理、企业社会责任嵌入战略分析、战略制定、战略实施、战略评价与控制各环节，融合多学科理论，结合经典案例、实务研讨与实战项目（企业进课堂）开展教学。本课程先整合讲解企业战略、商业伦理与企业社会责任的基础概念、内在联系、基本原则及运营逻辑；再依次结合战略分析、制定、实施、评价全流程，剖析各环节存在的伦理风险、道德准则、决策方法与管控要求，融入国际社会责任标准，统筹企业各类责任与战略管理；最后依托案例研讨、头脑风暴、报告创作等形式开展综合实战，引导学生复盘现实问题、设计合规可行的优化方案，实现理论、案例与实践深度结合。
课程目标	**预期素质获得**	引导学生树立正确的企业观、人生观与价值观，坚守诚信经营、依法经营的商业底线，培育职业经理人必备的道德素养、责任意识与职业操守。
	预期能力获得	具备运用战略管理工具开展企业内外部分析、战略规划的基础能力，同时能够精准识别战略全流程中的伦理风险与责任漏洞。掌握商业伦理判断、道德决策的方法，可结合企业实际制定“战略可行、伦理合规、责任到位”的综合解决方案。
	预期知识获得	系统掌握企业战略管理的完整知识体系，包括战略分析、制定、实施、评价、控制的理论、模型与实操方法。熟练掌握商业伦理基本原则、内外部经营道德规范、会计审计职业道德、企业多元责任（法律、经济、安全、慈善）等核心知识。
基本要求		学生需课前预习并搜集资料、拓展学识；课堂严守纪律，积极参与研讨交流；课后独立完成各项作业，深化知识运用；小组协作完成实战项目，保证成果质量；同时结合现实案例学以致用，不断拓宽商业视野、提升综合职业能力。

（二）部分专业选修课程简介

1．企业经营管理课程

（1）习近平经济思想概论

学分	2	**学时**	32（24+8）
先修课程	无	**相近课程**	无
课程性质	《习近平经济思想概论》是推进习近平经济思想有机融入专业教育的重要课程，是经济学学科门类相关专业的专业必修课程，也是管理学学科门类相关专业的专业选修课程或面向全校一二年级学生开设的公共课程。课程坚持马克思主义基本原理同中国经济发展实践相结合，注重理论阐释、政策解读与现实经济问题分析，引导学生系统理解习近平经济思想的核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求。		
主要内容	以马工程重点教材《习近平经济思想概论》为依据，系统讲授习近平经济思想的重大意义、科学体系、核心要义和实践要求，涵盖：加强党对经济工作的全面领导、以人民为中心、新发展阶段、新发展理念、新发展格局、高质量发展、社会主义基本经济制度、国家重大发展战略、创新驱动发展、实体经济与现代化产业体系、高水平对外开放、统筹发展和安全、正确工作策略与方法等核心内容。		
课程目标	**预期素质获得**	增强“四个自信”，树立正确的发展观和经济观，牢固树立以人民为中心的发展思想，强化家国情怀、责任意识和服务中国式现代化建设的使命担当。	
	预期能力获得	具备运用习近平经济思想解读经济政策、分析现实经济问题、研判复杂经济现象的能力，形成较强的理论联系实际能力、辩证思维能力和综合判断能力。	

	预期知识获得	掌握习近平经济思想理论体系、核心概念、重大论断和实践要求，理解中国式现代化、高质量发展、共同富裕、乡村振兴、新质生产力、高水平对外开放等关键概念与核心命题。
基本要求		要求学生系统掌握习近平经济思想，切实做到“学、思、用”贯通，“知、信、行”统一。坚持理论联系实际，积极参与课堂学习、专题研讨、案例分析和实践活动，能够运用习近平经济思想分析现实经济问题、解读中国经济发展实践，逐步形成服务中国式现代化建设和高质量发展的理论素养、专业能力与责任担当。

（2）商务策划

学分	2	**学时**	32（24+8）
先修课程	无	**相近课程**	策划学
课程性质	《商务策划》是工商管理专业的专业选修课，一般开设在第二学年第一学期。经济管理类其他专业也可选修该课程。通过本课程的学习，培养学生的创新思维和系统思维，使学生认识商务策划在工作中的重要性，初步掌握商务策划的基本原理和方法，具备基本的策划和撰写策划文案的能力。		
主要内容	从商务策划的基础理论到实际操作，涵盖了多个方面，为学生提供了完整的知识体系。具体包括认识商务策划的产生与发展，掌握商务策划思维及常用方法工具，理解不同的商务场景和需求下的主题策划，掌握策划的运作程序和步骤、策划文案撰写及策划团队管理。		
课程目标	**预期素质获得**	树立正确的商业伦理观和社会责任感，关注市场痛点与社会需求；培养企业家精神与创新创业意识，强化数智时代动态把握能力。	
	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策划的实践能力；具备写作能力、团队协作与沟通能力。	
	预期知识获得	掌握商务策划基本理论，不同商务场景的策划分析工具，商务策划方案设计、文案撰写及路演的方法。	
基本要求	本课程侧重学生创新能力和实践能力的培养，教学中以课堂讲授为主，结合案例分析、模拟演练和课堂研讨等教学方式，学生在学习中要重视实践参与。学生应树立正确的策划观念，通过学习具备运用所学知识解决实际商务策划问题的能力，能够为企业的经营活动提供有效的商务策划方案，提高企业的竞争力和经济效益。		

（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）运筹学(A)

学分		3	**学时**	48（46+2）
先修课程		经济数学II	**相近课程**	运筹学(B)
课程性质		《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。		
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、工程管理等相关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。		

（5）国际企业管理

学分		2	**学时**	32
先修课程		管理学原理(A)	**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。		

（6）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；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。		

（7）创新与项目财务思维

学分		2	学时	32（24+8）
先修课程		无	相近课程	无
课程性质		《创新与项目财务思维》是管理学院面向本科生开设的专业选修课，旨在培养学生将创新理念、项目管理方法与财务分析方法深度融合的能力，一般在二年级开设。		
主要内容		课程系统讲授创新项目全周期的财务思维框架，涵盖创新项目论证与财务评估、现金流规划与管理、创新项目估值与融资策略、财务数据可视化与决策支持等核心模块。		
课程目标	预期素质获得	1．培育良好的人文与科学素养； 2．具备在创新和项目决策中起引领作用的财务思维； 3．建立“业财融合”的思维模式，使其能够在创新初期就具备财务规划意识； 4．培养学生严谨、务实的财务风险意识，在创新活动中树立成本效益观念与可持续发展观。		
	预期能力获得	使学生能够掌握创新过程中的财务规划、资金管理、风险控制等关键技能，运用财务工具为创新项目建立量化评估模型，进行现金流预测、敏感性分析，并使用数据分析工具实现财务思维的可视化，支撑决策。		
	预期知识获得	从创新和项目管理的视角理解财务知识，系统掌握创新项目特有的财务管理概念、原理与方法，理解其与传统企业财务管理的核心差异。		
基本要求		鼓励学生自带或组成小组模拟一个创新项目，作为课程实践的案例基础。		

（8）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。		
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和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、准时完成。		

（9）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。		

（10）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。		

（11）数字化质量管理

学分		2	**学时**	32（24+8）
先修课程		管理学原理(A)和企业运营管理(A)	**相近课程**	无
课程性质		本课程是工商管理专业选修课程，一般在大三开设，以传统质量管理理论为核心，融入数字化质量管理入门知识，旨在帮助学生掌握质量管理的基础方法，为后续专业实践与职场应用打下基础。		
主要内容		课程重点讲授系统化的质量管理基础知识，涵盖质量管理核心理论、质量体系构建、质量成本管控、常用质量管理工具、精益管理与六西格玛基础等核心内容。在此基础上，适度补充数字化质量管理的基础理论知识，结合行业案例介绍数字化技术在质量管理中的典型应用模式。		
课程目标	**预期素质获得**	培养学生严谨细致的职业素养、求真务实的质量责任意识，树立持续改进的质量管理理念，养成系统化、规范化的分析思维。		
	预期能力获得	能运用常用质量管理工具分析并解决企业实际质量问题；能理解数字化质量管理的基本思路，具备基础的理论联系实际能力。		
	预期知识获得	掌握质量管理的基本理论、核心方法与常用工具；了解数字化质量管理的基本概念与应用方向。		

基本要求	要求学生积极参与课堂讨论与案例分析，能运用所学质量工具完成简单的企业质量问题分析报告，对数字化质量管理形成基础认知。

（12）文献阅读与论文写作(经管类)

学分		2	**学时**	32（24+8）
先修课程		无	**相近课程**	无
课程性质		《文献阅读与论文写作（经管）》课程是会计与金融学院、管理学院相关专业（含专升本）的专业选修课，一般在大三年级开设。		
主要内容		本课程教授学生撰写学术论文，以论文写作的顺序为主线，重点介绍引言、结论、标题、摘要、关键词等内容的撰写方法，还有学位论文的写作过程，最后强调论文的写作规范。培养学生聚焦本专业领域的理论知识，培养学生联系社会实际完成学术论文写作的能力。		
课程目标	**预期素质获得**	本课程旨在帮助经管类专业学生成功地完成一篇学术或学位论文。涵盖了撰写经管类论文写作所要经历的所有主要阶段：选择一个研究领域并确定题目；明确要研究什么以及所选主题；制定研究计划；选择合适的研究方法；确定合理的研究框架。使学生对论文写作形成整体认识，为学生提高科研能力、实现科研论文发表、撰写学位论文以顺利毕业打下坚实的基础。 具有良好的政治素质、道德修养、公共意识、责任意识及敬业精神，了解什么是学术不端，掌握学术研究的重要性，具备基本的科研素养，正确认识学术和学位论文写作，了解学位论文答辩的意义。		
	预期能力获得	掌握经管类论文的写作规范、撰写过程以及方法，掌握经管类论文的结构、学术规范以及必要表达方式和句型。具备一定的科研能力，能够尝试在教师的指导下完成科研论文的投稿与发表。		
	预期知识获得	通过本课程的学习，学生能够掌握经管类论文写作的基本技能，提高学生专业论文写作水平，提高论文写作的规范性和质量。		
基本要求		上课认真听讲，积极与授课教师进行教学互动，同时利用课余时间做好预习、复习、课外书籍阅读等工作，认真完成教师布置的课堂作业。		

（13）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。

（14）市场调查与预测

学分	3	**学时**	48（32+16）
先修课程	无	**相近课程**	营销调研
课程性质	《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。		
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。		

（15）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。

（16）供应链管理(B)

学分	2	**学时**	32（24+8）
先修课程	企业运营管理(A)	**相近课程**	供应链管理(A)
课程性质	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。		
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（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）。		

（17）创新创业实训

学分	2	**学时**	32（16+16）
先修课程	管理学原理(A)	**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。

2．数智化管理课程

（1）数据库应用

学分	2	学时	32（16+16）
先修课程	无	相近课程	无
课程性质	本课程可作为本科电子商务、工商管理专业的专业选修课，适合二年级及以后的学生修读。本课程也可作为本科大数据管理与应用专业的专业必修课，一般在一年级开设。本课程通过理论指导，结合 Microsoft SQL Serve 上机实践的方式，使用 Transact-SOL 语言并能进行简单编程；掌握数据库对象操作以及数据库管理技术。		
主要内容	课程从 SQL 语言及 Microsoft SQL Server 的基本操作入手，结合具体的实例，深入浅出、系统地介绍了 Microsoft SQL Server 的运用。分别讲述了 SQL Server 的介绍、安装与升级，Transact-SOL 语言基础，数据库管理，表、存储过程等数据库对象的管理。数据完整性与数据查询，用户和安全性管理，备份、恢复和复制，代理服务，数据转换服务 SQL Server 的工具，SQL Server 与 Internet 等有关内容。		
课程目标 预期素质获得	本课程通过理论指导，使学生能对数据库的总体构架和其在电子商务领域的作用有个总体的认识。		
课程目标 预期能力获得	掌握开发数据库应用系统的关键技术，为今后的深入学习数据库编程奠定基础。		
课程目标 预期知识获得	掌握数据库对象操作以及数据库管理技术；了解开发数据库应用系统的关键技术，为今后的深入学习数据库编程奠定基础。		
基本要求	要求学生通过以上课程内容的学习，能够了解和掌握数据库系统概念、数据模型；理解存储过程、触发器的使用；熟悉数据库并发控制和恢复技术、数据库安全性与完整性、数据依赖及关系模式的规范化；能进行简单的数据库设计和管理工作；并知悉数据库应用及发展趋势。		

（2）企业研究方法

学分	2	学时	32（16+16）
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，是一门建立在经济科学、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。本课程以传统企业研究方法论为基础，全面融入 AI 大模型、机器学习、大数据分析、智能科研工具等数智技术，课程覆盖研究全流程：从 AI 辅助选题、文献检索、问卷设计、数据采集，到 SPSS+AI 联合分析、研究报告智能撰写，同步融入科研诚信、学术伦理、数据安全、创新报国等思政元素，培养兼具严谨研究能力、AI 工具应用能力与正确价值观的商科研究型人才。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		1.建立企业研究之基本概念。 2.熟悉企业研究之程序。 3.熟练使用 ChatGPT、DeepSeek、SPSSAU、Tempo-talents、AMOS、AI 数据分析工具完成全流程研究。 4.运用 AI 完成文献综述、问卷设计、数据处理、论文撰写、科研绘图等任务。 5.独立完成从选题到结题的 AI 赋能型企业研究项目。
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。树立科研诚信、学术规范、数据安全意识，恪守研究伦理，杜绝学术不端。厚植创新驱动、科技报国理念，运用研究方法与 AI 工具服务企业高质量发展。
	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，掌握 AI 大模型、机器学习、文本、图像在管理研究中的应用。掌握数智时代管理研究新范式与 AI 科研工具使用规范。
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。

（3）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。

（4）商务智能业务思维与实战

学分	3	**学时**	48（32+16）
先修课程	无	**相近课程**	无
课程性质	本课程是工商管理专业的一门专业选修课，一般在本科二年级开设，培养学生理解企业商务智能分析的相关概念、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。设计遵循 “低技术门槛-场景化应用-决策输出”主线，强化业务问题驱动和工具易用性，并融合思政与 AI 技术。		
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；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**	具备数据伦理意识与负责任的数据使用观；形成“技术为业务服务”的整合思维；建立跨职能协同的全局商业视野；培养严谨、务实的证据导向决策习惯。	
	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	鼓励以小组形式（3－5 人）围绕一个真实企业问题开展贯穿学期的案例实践。		

（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	培养国际视野，能够把握数智时代动态的专业素养，具有对经济环境数据和组织经营数据的敏锐性。
	预期能力获得	掌握统计学方法的软件或编程语言实现，具备应用管理理论和统计学方法分析经营数据，指导管理决策并解决实践问题的能力。
	预期知识获得	获得计算机统计软件和相关编程语言知识，描述统计、相关分析、方差分析、线性回归、logistic 回归、信息浓缩分析、对应分析、综合评价、典型相关、聚类和判别等运营分析与管理决策相关知识。
基本要求		了解统计学一般原理和理论，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）数字时代的消费者行为

学分	2	学时	32（24+8）
先修课程	无	相近课程	消费者行为学

课程性质		《数字时代的消费者行为》是工商管理专业选修课程，一般在大三开设，旨在培养学生理解在数字时代中，探究与分析数字化消费者行为的理论与方法，以及理解数字化消费者行为与大数据分析、人工智能应用等前沿领域深度融合，已重塑商业实践和研究范式。以理论为基础，着重从实践调研中学习的综合应用型课程。
主要内容		《数字时代的消费者行为》旨在掌握数字时代如何应用定性、定量研究方法，并融合大数据分析、人工智能应用等技术，采集与分析数字化消费者行为的信息与数据，并根据分析结果，辅助管理决策。内容主要有：数字化消费者行为的概念、特性、研究方法，预测与重塑数字消费者的决策与动机，数字消费个体、自我、虚拟化身与超个人化，创造数字消费者的虚拟体验，数字消费者洞察与隐私保护，合成用户与数字伦理等方面。课程教学方式以理论教学为主，结合实际案例分析，并融入数据分析方法的实践应用。
课程目标	**预期素质获得**	1.专业素质：具备良好的商业伦理价值理念与职业素养；把握数智时代动态，深刻理解数据要素和人工智能在商业管理中的价值与意义；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。 2.文化素质：具有良好的人文和科学素养。 3.身心素质：具有较强的数智时代环境适应能力。
	预期能力获得	1.管理应用能力：能够洞悉数智时代的经营环境，运用数字化消费者行为的理论和方法，利用数据智能技术，调研及分析数字化消费者行为相关数据，发现和分析经营管理问题，及提出对策。 2.管理决策能力：能够运用数智技术搜集信息进行分析、判断和决策，具备应用数据指导管理决策的数智思维能力。
	预期知识获得	1.专业知识：掌握数字化消费者行为相关理论知识与方法；掌握数字化消费者行为前沿研究及发展动态。 2.技能知识：掌握定性与定量研究方法，融合大数据分析、人工智能应用等技术，收集与分析数字化消费者行为相关数据与信息，并熟悉如何依据数据分析结果，辅助管理决策的知识和技能。
基本要求		利用课前及课后时间预习、复习、自主学习与知识拓展，针对数字化消费者行为相关研究课题，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，理解采集及分析数据的方法与技术；从实践调研中学习数字化消费者行为相关理论与方法，理解企业如何通过”数智赋能”更精准掌握数字化消费者行为，进而提高企业营销战略规划与管理决策能力。

（8）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的概念与边界、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。

3．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）薪酬与绩效管理

学分	3	学时	48（32+16）
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》课程后对其中绩效管理与薪酬管理模块的		

		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，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。
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。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。

（3）数智时代领导力与团队建设

学分	2	**学时**	32（16+16）
先修课程	无	**相近课程**	无
课程性质	本课程是面向工商管理等商科专业的专业选修课，融合组织行为学、管理心理学及人工智能等多学科知识，研究数智化时代领导力的变革，领导者应该如何完成其工作以及怎样组建和管理一个高绩效的工作团队。课程强调领导力培养的落地应用，一般在本科二、三年级开设。		
主要内容	本课程以“技术情境—领导范式—团队过程”为主线，系统讲授数智时代领导力与团队建设的核心逻辑。课程首先介绍数智时代的商业变革、领导对象的代际变迁，并梳理领导理论的演化与数智时代适配。在此基础上，课程进一步聚焦数智化时代领导力的维度与相关研究，同时分析信息过载、算法边界、领导者数字倦怠等个人挑战。随后，课程从领导者的视角切入团队管理的核心问题，包括认识新形态团队、构建高效数字团队、优化团队决策、管理团队沟通与冲突等。本课程以理论教学为基础，配套大量实训、案例与模拟演练，指导学生完成数智团队领导力诊断与提升方案。		

课程目标	预期素质获得	1.具有正确的世界观、人生观和价值观，遵循数字伦理规范，具备社会责任感与时代精神； 2.具备良好的商业伦理与职业素养，具有创新精神及组织问题的敏锐判断力，能够有效推动团队建设与协同发展。 3.具备良好的人文与信息素养，善于运用数字工具提升领导沟通效能与影响力。 4.具备健康体魄与心理资本，有较强的数智时代环境适应能力。
	预期能力获得	1.具备数智情境下的领导力诊断与分析能力，能够运用领导理论识别虚拟团队、人机协作等新型组织中的管理问题，为有效履行领导职责打下基础。 2.掌握数智化团队建设的系统方法，能够设计远程团队规范、优化角色配置、利用数字工具提升团队信任与凝聚力； 3.具备数智环境下的沟通与冲突管理能力，能够运用情感智能及 AI 辅助工具化解跨文化、异步协作中的矛盾。
	预期知识获得	1.掌握数智时代领导力与团队建设的核心概念与理论框架，理解 AI 与数字技术对经典领导理论的重塑逻辑。 2.了解数智化领导力的新范式与核心能力构成，包括数字情商、虚拟信任构建及不确定性管理等。 3.认识虚拟团队、敏捷团队及人机团队等新型组织形态的运行特征。 4.掌握数智化团队从形成到赋能的全过程知识，涵盖角色配置、规范建设、信任重构、凝聚力维护、团队决策偏误及人机协同决策模式。 5.熟悉数智环境下团队沟通与冲突管理原理及应对方法，包括数字沟通障碍、情感智能应用、AI 辅助冲突检测工具等。
基本要求		学习中应主动将领导力与团队建设理论应用于实训、案例与综合项目，将所学工具和方法迁移至真实或模拟的组织场景。鼓励关注企业数字化动态，阅读前沿文献，在实践中持续反思与提升领导力与团队管理能力，实现“学—练—用”的完整闭环。

（4）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、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。

（5）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。		