

选修课程

● 专题

1) 课程名称：管理创新前沿专题

本专题不限定课程名称，根据每年工商管理类热点问题开设相关课程。

2) 课程名称：电子商务与信息管理专题

本课程教学以管理与技术的相结合为主线，从信息化的管理实践问题入手，重点学习与与高层管理者相关的信息化管理理念、方法和技术解决方案。本课程内容共分为五个部分：第一部分是管理者如何正确认识信息化，主要讲授信息化管理的核心概念、基本原理、发展规律和战略规划；第二部分是信息系统应用的热点和选型策略，主要介绍当前信息化建设中的热点应用系统和选择性购买的方法；第三部分是信息系统的开发方法和开发策略，主要学习信息化建设战略规划方法、信息系统的开发过程、开发方法和开发策略；第四部分是信息系统投资价值和实施风险，主要讲授信息化项目的投资价值评估方法和实施风险的控制策略；第五部分是电子商务的业务模式和营销策略，主要包括电子商务的核心概念、业务模式和赢利策略。在实际授课过程中，主要学习方式是课堂讲授和案例研讨，其中案例教学将贯穿整个学习过程，通过案例教学来培养高级职业管理者对信息化管理的前瞻性规划能力和核心问题的诊断能力。

3) 课程名称：服务管理创新专题

科学高效的运作管理对于服务业的成功至关重要。由于生产和消费的同时性以及服务产品的不可储存性，服务业的运作管理与传统的制造业运作管理存在很大的差异，需要专门的分析框架和工具。本课程主要介绍服务业运作管理的基本概念和一般方法，涵盖策略层的分析和操作层的优化，主要内容包括：服务业在经济中的角色、服务的性质、服务策略、服务质量、服务流程改进、服务支持设施、服务需求预测、能力与需求管理、排队管理等，并通过相关的案例及课堂作业详细讲解有关知识的应用。

4) 课程名称：市场与营销专题

市场和营销系列专题讲座是 MBA 营销管理方向的重要课程。本课程通过挑选市场营销方面的著名的或有影响力的学者和专家、企业家，在挑选中，特别注重实践经验丰富的理论家学者和善于学习钻研、有理论基础的实干家。组成讲师团。然后选择与当前形势结合较为紧密、学员比较关注的课题作为讲座题目。以此为基础通过课堂演讲、互动沟通、案例研究等不同形势，促成学员对相关问题和相关领域的认识，了解营销前沿问题。提升自己的营销能力。

● 国际化系列

5) 课程名称：跨文化沟通与管理

跨文化沟通与管理研究经济全球化背景下文化对企业沟通与管理行为的影响，通过对有关理论的系统学习，使学生了解文化对企业沟通与管理行为的影响，并结合实践运用所学概念与理论来分析、解决企业国际化经营的跨文化问题。

6) 课程名称：国际商务

跨国公司是当今世界经济中的重要角色，也是我国从事扩大国际经贸交流的主要对象，这门课程乃是适应日益经济国际化的需要，主要阐述国际商务的主要内容，包括全球化及对国际商务的冲击、环境（宏观经济环境、政治与法律环境、社会文化环境）对国际商务的影

响、国际贸易和投资理论、政府与国际组织在国际贸易中的作用、国际商务战略与组织等。作为高层经理人员，需要有对国际企业问题的宏观视野和驾驭能力。通过本课程的学习，要求学员对国际企业的外部环境及其运作有较全面的了解，掌握国际企业战略计划的制定、进入国外市场的方式选择，对国际企业风险的管理，以及掌握组织战略、筹供战略、人力资源战略等方面的管理知识，并通过案例分析，提高分析解决问题的能力。目的在于回答国际竞争的类型、竞争优势的来源及经营国际化的过程，即一个企业从“本土”走向世界的必要条件及战略选择。这门课程乃是适应日益经济国际化的需要。

7) 课程名称：国际商事规则

《国际商事规则》是工商管理专业一门重要的专业课程，是 MBA 的选修课。它以国际商事活动为主体，采用原理讲解与案例分析和问题研讨相结合的授课方式，重点探讨国际商事活动运行及争议处理的规则和惯例。

课程内容主要包括：两大法系的介绍、国际公约与国际商事惯例的了解与运用、中国企业从事国际商事活动的法律实践、国际商事争议的解决途径及规则。

● 企业经营与运作管理系列

8) 课程名称：企业经营模拟

《企业经营模拟》是工商管理专业教育体系的重要课程之一，该课程运用计算机工具模拟多类管理问题，该软件以无数个企业管理的现实案例和统计数据为依托，模拟标准化市场经济条件下，企业管理至关重要的基本参变量以及在现实市场中无法避免的偶然因素，并在此基础上，按照工商管理的基本理论建立的一个互动的定量化模型。

《企业经营模拟》课程在给学生介绍模拟原理和方法之后，运用模拟软件为学生模拟一个多企业竞争的市场环境，由学生组成企业管理团队，分别担任企业的总经理和几大职能部门的经理，在分析企业自身和竞争对手状况的基础上，应用管理学知识，分期对企业的生产、营销、财务、人力资源与战略制定决策，模拟系统根据模拟的市场环境和各个公司的决策，反馈各个公司当期的经营结果；经过多期决策之后，按企业的经营绩效给出总体评价。

9) 课程名称：运营战略与业务外包

系统学习企业运营战略与业务外包的概念、内容与方法，重点讨论企业运营过程中所涉及的战略与管理问题，即企业运营战略与业务外包应该如何对市场需求做出反应；企业所具有运营资源与能力是怎样的；怎样制定和如何执行运营战略与业务外包。课程将主要涉及运营战略与业务外包的概念与内容、产品开发决策、流程技术的选择、供应网络关系的确定、运营组织方式选择与决策、以及运营绩效的管理问题。

10) 课程名称：商业模式的设计与创新

商业模式是企业价值创造的逻辑，不论是新创企业，还是现有企业都应该有自己的商业模式。在环境动态变化特征越来越明显的背景下，有无独特的价值和系统化的商业模式成为企业竞争制胜的两大关键因素，也是获得资本市场青睐的关键。由于商业模式涉及战略管理、营销管理、生产管理、供应链管理等多方面内容，是一个全新的系统和视野，因而需要专门的分析框架和工具。本课程介绍了商业模式设计、管理以及创新中的主要问题及管理方法和理念。尽管课程中会用到战略管理、营销管理、财务管理、供应链管理等课程的成熟的方法和工具，但在商业模式的系统和视野下，这些工具被赋予了新的含义和价值。本课程的主要内容包括：商业模式的定义，商业模式的思维方式、商业模式的五种典型式样、商业模式设计（客户洞察、创意构思等）、商业模

式评估、管理多个商业模式以及商业模式画布的训练和应用等。

11) 课程名称：项目管理

本课程基于管理导向和分析思考方式，主要阐述项目管理的基本属性与方法，以美国项目管理协会 PMI 制定的项目管理知识体系 PMBOK5.0 为主要知识体系框架，结合具体工具的应用介绍，解决实际项目实施过程中碰到的问题，课程将系统介绍项目的历史及发展，并全面介绍十大知识领域，包括：整体管理、范围管理、时间管理、费用管理、质量管理、人力资源管理、沟通管理、风险管理、采购管理和干系人管理。学生将开展课堂与课外案例讨论，陈述与答辩自己的观点，吸收他人思想。而课堂案例及现实问题讨论将结合老师担任咨询顾问十五年从事咨询项目管理的经验，理论联系实际，拓展视野。

12) 课程名称：精益生产

精益生产是以顾客需求为起点，消除一切不能为顾客增值的程序，消除浪费，以达到降低成本，提高产品质量和缩短交货期的目的。

在产品品种越来越丰富，产品生命周期越来越短的市场环境下，企业如何解决小批量多品种时代下产生的问题？精益生产提供了一系列技术方法，能够全方位解决小批量多品种给企业带来的冲击。精益生产（LP）是相对大批量生产而言，通过识别整个价值流，以准时制为核心，寻求精益的方式进行产品开发、生产和销售。采用精益化的拉动生产系统，能有效控制过程中的库存，降低制造循环时间，提高过程的循环效率（库存、资金的周转率）及客户满意率。精益生产的目的是控制生产过程中的七大浪费。从成本控制角度来看，精益生产通过准时化生产、少人化、全面质量管理、并行工程等一系列方法来消除一切浪费，实现利润最大化，就是不断削减质量成本、效率成本和资金占用成本为主的三大管理不善成本。

13) 课程名称：物流与供应链管理

物流与供应链管理是关于为了以最低的物流成本达到用户所满意的服务水平，对物流活动进行的计划、组织、协调与控制。其任务是通过课程的学习，了解和掌握物流管理的基本理论与方法，包括物流的产生与发展、物流管理的基本含义与设计、客户服务管理、库存管理、运输管理、包装和仓储管理、物流系统绩效评价、合作伙伴选择与评价、支持物流管理的信息技术与管理软件、物流的组织与控制等。

● 财务与金融系列

14) 课程名称：税收筹划

税收筹划研究是研究企业如何优化纳税的科学。通过本课程的教学，应使学生熟悉和掌握税收筹划的基本理论、基本方法和基本技巧，能够在不违反税法立法精神的前提下，充分运用税收筹划的方法和技巧，对企业的融资活动、投资活动和经营活动作出巧妙安排，以实现企业税收负担最小化，经济效益最大化。

课程内容：税收筹划概述，具体包括税收筹划的概念、税收筹划的原因、税收筹划的基本原则、税收筹划的基本原理；企业经济活动的税收筹划，具体包括企业融资决策税务筹划、企业投资决策税务筹划、企业采购管理税务筹划，企业营销管理税务筹划。

教学要求：熟练掌握税收筹划的基本原理；精通税收筹划的基本方法和基本技巧；能够正确地运用税收筹划的基本原理、基本方法、基本技巧，帮助企业最大限度地降低税收成本，维护纳税人的合法权益。

15) 课程名称：管理会计

管理会计又称“内部报告会计”，是以企业现在和未来的资金运动为对象，以提高经济效益为目的，为企业内部管理者提供经营管理决策的科学依据为目标而进行的经济管理活动。本课程教学内容主要包括：变动成本法与本量利分析，预测和决策会计（预测分析、经营决策、投资决策），控制和业绩评价会计（包括责任会计、全面预算、成本控制）、战略成本管理与业绩评价等。

本课程体现管理会计理论与实务的最新发展，注重知识逻辑框架，注重运用经济理论分析问题解决问题。通过本课程的学习，使学生了解管理会计的基本框架和知识体系，提高学生分析问题、解决问题的能力，提高学生运用相关理论进行正确决策的能力，以科学规范地管理企业。

16) 课程名称：企业财务报告分析

企业的各种活动最终都表现在财务报表的数据中，而财务报表分析正是通过阅读财务报表，采用比较分析法、结构分析、趋势分析法和比率分析法（包括单个比率分析法、雷达图分析、杜邦分析法和连环替代法等），对企业的资本结构、资产结构、资产运用效率、获利能力、偿债能力、营运水平、风险性、成长性、资金流量等方面进行分析，并介绍在财务报表分析与财务指标在公司价值评估中的应用，为企业的经营发展、兼并收购、股权转让、为（股权、债权）投资者提供决策依据。因此，对该课程的学习，有助于学生们对企业各种管理活动从横向、纵向、内部、外部等各方面进行综合理解和把握，提高其分析问题解决问题的能力。

该课程的教学以案例教学为主，示例说明、实例分析、案例讨论贯穿整个教学，组内讨论基础上的组间交流的学习方式，意在提高学员三方面的能力：财务报表分析能力，财务分析的组织研究能力，财务分析报告的阅读与鉴赏能力。

17) 课程名称：资本市场与上市筹划

本课程是一门应用性较强的会计财务类专业选修课程，课程主要介绍企业在资本市场融资的主要渠道和工具，着重阐述和分析企业通过股票上市融资的关键过程和运作机制。通过该课程的学习，尤其是企业导师的企业实例精解，能够让学生清晰地了解企业上市融资的核心实践。

18) 课程名称：企业并购与价值评估

本课程是会计学、财务管理学的等专业主干课程，是研究市场经济条件下企业并购、重组的行为及其规律的一门学科。本课程主要介绍国内外公司兼并与收购的相关理论及基本操作实务。理论方面主要介绍公司兼并与收购的基本知识、公司并购活动的主要类型及相关经济理论；实务方面主要介绍目标公司的确定、具体并购方式的选择、目标公司的反并购策略以及并购后的整合问题，此外，鉴于反并购的特殊性和复杂性，对其进行专门介绍。考虑到本课程实践性较强的特点，所有课程内容将紧密结合近年国内外公司兼并收购的经典和最新案例。

● 整合模块

19) 企业现场咨询与诊断（含咨询方法讲座）

本课程整合了企业战略管理、组织与人力资源管理、营销策划与营销策略、财务管理等专业基础知识，对企业进行全面综合的诊断；本课程注重 MBA 管理学理论的综合应用，通过对企业咨询的理论、方法的梳理和在企业现场的调查、研究，使学生掌握管理咨询的理论知识和方法，提高分析、解决企业在生产运营过程中存在问题的能力。

由学院统一联系一家企业来开展研究活动。该课程内容涵盖企业战略、营销和财务等专

题，学生将分成专题小组进驻企业，由专业老师带队展开调研。

学员将在企业内部进行封闭式调研活动，学员深入到企业现场，直接进行调查研究，在掌握第一手资料的基础上，对企业进行定量和定性的专题诊断，找出其中的存在问题，提出改善经营管理的建议。