

一、 必修课程

1. 课程名称：管理经济学

管理经济学是一门应用微观经济学理论方法解决企业管理决策问题的课程。管理经济学的有关知识是现代企业管理者的知识结构中不可或缺的组成部分。该课程强调经济学在企业管理中的运用，为企业管理者从复杂的经济现象中辨析问题的本质，为企业的科学决策提供帮助。

2. 课程名称：商务英语

本课程是与 MBA 专业紧密相结合的，由十个单元组成。如管理学、组织行为学、市场营销管理、人力资源管理、战略管理、企业文化、商务沟通、经济全球化、管理经济学和电子商务。每个单元都设有两个自测题——评估信息效果；每个单元都安排两个案例讨论——检验理论联系实际；每个单元都编有两篇经典阅读——拓宽基础、开拓视野；每个单元都配有大量的英语语言练习——巩固和提高英语交际的运用能力。

3. 课程名称：中国特色社会主义市场经济理论与实践

中国特色社会主义是当代中国的主题，是实现当代中国历史任务、引领中华民族开拓前进的伟大旗帜。中国特色社会主义，是在不断探索和科学回答什么是马克思主义、怎样对待马克思主义，建设什么样的社会主义、怎样建设社会主义，建设什么样的党、怎样建设党，实现什么样的发展、怎样发展这四个基本问题的过程中形成和发展起来的。中国特色社会主义道路、中国特色社会主义理论体系和中国特色社会主义制度，构成了中国特色社会主义的主要内容。中国特色社会主义的发展取得了举世瞩目的巨大成就，谱写了当代中国发展进步的辉煌篇章。在新的历史起点上把中国特色社会主义伟大事业继续全面推向前进，必须坚持党的基本路线，坚持解放思想、改革创新，坚持以人为本、服务人民，巩固发展全国各族人民的大团结。

4. 课程名称：财务会计

MBA 教育界和企业管理实务界普遍认为，对企业管理者来说，居于举足轻重地位的核心知识包括战略管理、人力资源管理、营销管理、财务管理和会计学等。就会计知识而言，企业管理者只有掌握会计学的基本原理、基本方法和基本技能，具备阅读和分析财务报告的能力，才能充分掌握和利用公司财务部门提供的会计信息，制定恰当的发展战略，做出正确的经营决策。因此，在国内外的 MBA 课程设置中，会计学均为核心课程之一。MBA 教育界也普遍把能否开设高质量的会计学课程作为评价 MBA 项目的重要标志之一。

5. 课程名称：财务管理

财务管理是一门以金融市场为依托，以管理决策、会计学、经济学、统计学、企业管理学为知识基础，以财务决策为核心内容的相当实用的课程。该课程研究公司如何

有效配置财务资源，其教学的主要目的在于让学生了解财务管理作为一门学科的具体内容、公司的管理者在企业组织中如何通过投资、融资决策以及营运资本管理为企业创造价值；同时，该课程也有助于让学员了解财务人员在公司经营中所发挥的作用。

6. 课程名称：组织行为学

1、导论。这是一门系统地研究组织环境中人的行为表现及其规律的学科。组织行为学及其应用是管理软化趋势的标志。以行为科学为理论来源，集行为科学之大成，为全面管理、人力资源管理、企业文化等提供原理和基本方法。要求了解现代管理的趋势和特点，形成以人为本的管理观念；从总体上把握组织行为学的理论内容，了解为何和如何去学习和应用组织行为学。

2、激励理论及其应用。涉及：三类六种激励理论，即内容型激励理论，包括需要层次理论、双因素理论；过程型激励理论，包括期望理论、公平理论；调整型激励理论，包括强化理论、挫折理论。导入激励机制，着重探讨激励理论及其在管理中的应用。

3、个体、群体与团队。涉及：个体心理与行为；群起动态特性；团队特性及其管理。要求了解个体特性、个体行为与心理的基本关系，对影响个体行为的心理因素有所认识；了解个体组合为群体引起的质变，着重探讨群体特性；认识团队特性，进而探讨团队管理。

4、组织及其变革。涉及：组织概念与设计；组织变革与发展。要求从动态和静态的统一把握组织概念；了解有效组织的特性，掌握组织结构设计的原理和方法；着重解决“什么是”、“为何要”和“如何实施”组织变革与发展。

5、沟通。涉及：人际沟通；组织沟通；有效沟通。要求了解人际沟通的过程，认识组织沟通的特性，进而探讨如何化解沟通障碍实现有效沟通。

6、冲突。涉及：冲突观；冲突分析；冲突的管理。要求认识冲突的特性；提供有效的冲突分析模式；掌握冲突处理的原则和策略。

7、领导。涉及：领导概念；领导模式。要求了解领导概念的双重含义，着重探讨特性、行为和权变三类领导理论及其在管理中的应用。

7. 课程名称：数据、模型与决策

课堂教学内容包括通过对这门课的学习，本课程要求掌握数据、模型与决策的基本概念、基本理论和基本方法；能根据管理中的实际问题，运用线性规划、整数线性规划、网络规划、网络计划技术等工具建立相应的数据、模型与决策模型，并掌握求解问题的计算方法，能运用软件解决简单的管理问题。本课程以课堂讲授为主，案例分析、小组讨论为辅。学员应参加全部课堂教学活动，认真完成作业，积极参与讨论。

8. 课程名称：营销管理

《营销管理》企业管理专业的一门重要的学科基础课。市场营销是工商企业最重要的职能之一。营销管理是以工商企业为行为主体，研究企业的营销环境和营销活动一般规律的应用学科。

课程内容包括：营销学的产生与发展，中国营销的特点，营销学的核心概念，营销战略，

营销策略，营销战术（促销策略），转型时期互联网思维下的营销特点与创新。

通过本课程的教学，使学生掌握营销管理的基本概念，认识营销环境的构成和影响，掌握市场分析的基本方法，掌握目标市场选择和营销组合策略等重要理论，同时注重在互联网和移动互联网对中国市场与营销的影响，探索有中国企业转型与营销创新实践，并通过案例分析使学生提升根据营销环境和企业实际情况制定和运用市场营销策略的基本能力。

9. 课程名称：管理沟通

管理沟通，又称有效沟通，是近年美英高校 MBA 教育普遍设置的课程，也是我国一些知名高校 MBA 教育开始设置的重点课程之一。在世界经济日益全球化的今天，管理沟通的重要性越来越被人们所认识，相当多的企业高层人士日益重视有效沟通，沟通能力甚至成为中上层员工选拔晋升的一项不可或缺的标准。而商务谈判在人们的经济生活中几乎无所不在，在一定层面上决定了企业与企业竞争的成败与商机。本课程是管理类专业的专业基础课。通过本课程的学习，使学生掌握管理沟通的基本理论、基本方法和基本技能，建立管理沟通意识，增强团队合作精神，掌握有效沟通的基本方法和基本技巧，自觉把握沟通活动的一般规律，洞察成功的沟通技巧与策略，使学生了解和掌握企业中高层管理人员应当具备的管理沟通知识和能力，从而不断提高将来在商务活动中的素养应对技能。

10. 课程名称：人力资源管理

正是组织中的人力资源提供了竞争优势。本课程将重点围绕着人力资源对组织成功和组织竞争力所做的贡献展开。人力资源管理所处理的是组织中正式系统的设计，这一设计应确保能正确和有效地运用人的才能实现组织目标。高效率地使用人力资源，从而迎接竞争带来的挑战，是任何工作组织成功的关键。在一个组织中，人力资源管理意味着不仅招聘、挑选、使用人，还要培训开发人；不仅要对人的绩效进行管理和评估，还要制定合理的薪酬、处理好劳动关系等。因此，本课程的教学内容将使学生理解如何使组织通过人力资源获得可持续的竞争优势。包括人力资源管理所面临的主要挑战，依次介绍、解释和讨论人力资源管理的实务和政策，强调各个实务组合成为完整的系统，以提高员工的凝聚力和生产率，既实现组织的目标，又实现员工个人的需求目标。

11. 课程名称：企业战略管理

全球化条件下的战略管理（全英）课程集中于讲授在经济全球化背景下企业战略制定、实施与控制的理论以及这些理论在企业中的实际运用。这门课程的主要教学目的是：让学生掌握进行企业外部环境分析与内部条件分析的模型、过程和方法，使他们能够面临战略决策的时候，能够全面和深入地分析企业所面临的机会、威胁、优势与劣势，并且发现企业的核心专长或者发现建立核心专长的领域；让学生把握不同层次的企业在不同环境下的战略选择、战略手段和进行战略抉择的方法，从而提高他们进行战略决策的能力；让学生熟悉战略实施的管理方法，包括如何建立合适的治理结构、组织结构、领导风格和企业文化以提高企业战略实施的能力。同时，本课程采用全英教学，使

学生具备国际化的意识以及国际化的学习能力。

在课堂教学的过程中，应该注意帮助学生建立全球化的视野、系统思维的能力和案例分析的方法，从而提高学生统筹的能力；应该注意帮助学生掌握各种理论模型、决策的方法和推动战略实施的各种手段；应该注意学生掌握相关专业词汇，并帮助其提供英文学习水平。

12. 课程名称：运营管理

运作是将生产要素转化为有形产品和服务（无形产品）的过程。运作管理是对物料生产活动和劳务活动的计划、组织与控制，包括对运作系统的设计、运作和维护过程的管理。通过本课程的教学,使学生：（1）全面掌握运营管理的基本概念；（2）熟悉运营管理的基本内容；（3）能够将运营管理(生产计划与控制)理论及方法应用于实践。

13. 课程名称：商业伦理与企业家精神

本课程的教学对象是工商管理硕士（MBA）研究生。建设独具特色的企业文化是企业构建核心竞争力的关键内容，承担企业社会责任是企业文化和伦理的核心问题。本课程共有八讲：导论、企业承担社会责任的动力源泉、中国企业社会责任发展新趋势分析、社会责任投资、社会责任消费、企业文化与企业社会责任、国际社会责任标准ISO26000、案例分析，为学员提供理论学习的基础上，通过多方面案例分析，提升社会责任的实践能力。

14. 课程名称：职场护航计划（限脱产班）

职场护航计划是学院专业学位发展中心为广大专业学位学员精心策划的职业发展辅导活动，主要以个人职业发展和职业素养提高为目标，帮助学员认识自我、了解职业潜质、完善职业规划、提升职场技能的一系列职业培训与辅导，包括讲座、沙龙、测评等多种形式。

15. 论文写作与学术规范

本课程主要讲授管理学术研究的基本方法论、管理学科学研究的基本步骤与经济管理研究常见现象，并具体讲授管理学研究的基本过程：从管理学研究的选题、文献资料收集、研究设计、研究方法、写作规范、引文规范、成果发表各个方面，围绕管理学学术研究从寻找问题到获得成果的各个环节进行展开，有助于研究生能按部就班地展开管理学研究。

二、 选修课程

➤ 菁英班（含全日制国际班）

1. 创新与管理变革

企业家精神的本质，就是持续变革与领导创新。对一个公司领导者来说，最大的挑战来自于当大家过得都还不错的时候，你要说服并带领大家和你一起变革！

本课程主要讲述如何帮助企业在瞬息万变的社会环境中持续成长，运用有效地变革与创新管理，让企业突破发展瓶颈。

2. 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。

3. 资本市场与上市筹划

股票发行上市是企业资本运作的最重要内容。本课程分为三大组成部分。

第一部分，资本市场，主要包括资本市场概述、我国资本市场、我国场内资本市场。

第二部分，公司改制，主要包括企业形态、股份转制、治理模式、治理架构、股权激励等内容。

第三部分，股票上市，主要包括上市意义、上市准入、借壳上市、首发上市、境外上市等内容。

本课程的特点在于，结合境内外资本市场不断变革的法律法规、市场实践，从实务操作、法制规范的角度，综合运用理论讲授、案例研讨以及课内教学、课外参访等多种教学手段、方法，全面介绍我国企业股份制改造和股票发行上市。本课程的开设，有助于学生获悉、跟踪和理解有关法律、法规、政策及其调整，而且熟悉市场当前的操作规程、惯例及其可能的趋势。

4. 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。

5. 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。

6. 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。

7. 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。

8. 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。

9. 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。

10. 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。

11. 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。

12. 先进制造(产业)专题

先进制造技术是促进科技和经济发展的基础，是面向工业应用的技术，先进制造技术应能适合于在工业企业推广并可取得很好的经济效益，先进制造技术的发展往往是针对某一具体的制造业（如汽车工业、电子工业）的需求而发展起来的适用的先进制造技术，有明显的需求导向的特征。先进制造技术不是以追求技术的高新度为目的，而是注重产生最好的实践效果，以提高企业的竞争力和促进国家经济增长和综合实力为目标。

13. 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。

14. 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。

15. 国际企业管理

跨国公司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，主要阐述国际企业管理的主要内容，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。

16) 创业管理

创业管理是一门实践性较强的课程，主要包括创业的机会识别、商业模式和创业计划制定、创业团队、创业融资、创业初期的管理等。通过本课程的学习，使学生提高对创业和创业管理的认识，增强创业和创业管理的能力，为今后进行创业和创业管理提供指导，同时，即使自己不创业，也可运用自己所学的创业管理理论与实务，为其他创业者提供帮助，支持他人创业，为其他创业者进行管理。

17) 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。

18) 创业企业案例分析

本课程主要目的是启发学生自主创业意识，通过各类创业案例分析，培养学生创业基本能力，帮助学生正确认识企业在社会中的作用，提供创办和经营企业所需的知识和技能，如：商业计划、领导科学、技术创新转换等内容。

本课程主讲教师由高校教师、企业家、投资人士、科研院所人员等校内外创业导师团队组成。通过课堂理论知识讲授、校外导师讲座、外出企业和创业孵化基地实践、创业项目实践等，构成体系化的创业认知和基本能力培训。

19) 产业发展趋势与创业环境分析

产业发展趋势与创业环境分析是发现创业机会的基础，是进行创业可行性分析的前提。随时变化的环境，能给创业者造成威胁。创业者必须清楚宏观的、微观的、行业的等各种环境因素及其发展趋势，以及对具体行业、企业的影响是限制性的还是促进性的，只有这样，创业者才能抓住机遇，避免严重威胁，成功创业。

20) 创业企业财务管理

财务是企业的命脉，创业期间该如何管理好你的命脉呢？作为创业的践行者，你知道创业企业如何开始建账吗？你看得懂会计账簿，读得懂财务报告吗？……这些问题都与企业财务活动有关，是创业者们不可避免会遇到的财务管理问题，而本课程就是解决上述问题的金钥匙！

21) 创业沙盘模拟实训

这是一门创业及管理类课程。使学生通过创业沙盘模拟，掌握企业创业从供应、生产、销售各经营环节的决策及分析方法，综合运用企业管理知识，分析企业经营状况和经营业绩，了解企业从决策到经营的过程，感悟科学的经营思路和管理理念。

➤ 财务金融班

必修课：

1. 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。

2. 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。

3. 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。

4. 资本市场与上市筹划

股票发行上市是企业资本运作的最重要内容。本课程分为三大组成部分。

第一部分，资本市场，主要包括资本市场概述、我国资本市场、我国场内资本市场。

第二部分，公司改制，主要包括企业形态、股份转制、治理模式、治理架构、股权激励等内容。

第三部分，股票上市，主要包括上市意义、上市准入、借壳上市、首发上市、境外上市等内容。

本课程的特点在于，结合境内外资本市场不断变革的法律法规、市场实践，从实务操作、法制规范的角度，综合运用理论讲授、案例研讨以及课内教学、课外参访等多种教学手段、方法，全面介绍我国企业股份制改造和股票发行上市。本课程的开设，有助于学生获悉、跟踪和理解有关法律、法规、政策及其调整，而且熟悉市场当前的操作规程、惯例及其可能的趋势。

5. 私募基金与风险投资

资本市场融资方式创新不断，尤其是私募股权基金市场发展迅猛。如何抓住机会发展日新月异的私募股权基金正是我国专业投融资人士要面对的巨大挑战。企业管理者需要熟悉私募股权基金的运作方式和运作流程，了解私募股权基金的组织形式、融资方式以及收益分配等内容，进而参与发起和管理私募股权基金，这将成为企业管理者必备的知识储备和管理运作工具。

本课程帮助企业高层管理人员了解私募股权基金运作模式，熟悉基金投资管理及风险控制技巧，从而提高企业高层管理人员参与发起和管理私募基金的知识及技能，有效促进企业借助资本运作升级发展。

任选课：

1. 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. 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. 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. 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。

5. 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。

6. 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。

7. 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。

8. 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。

9. 国际企业管理

跨国公司在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，主要阐述国际企业管理的主要内容，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。

10. 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。

11. 先进制造(产业)专题

先进制造技术是促进科技和经济发展的基础，是面向工业应用的技术，先进制造技术应能适合于在工业企业推广并可取得很好的经济效益，先进制造技术的发展往往是针对某一具体的制造业（如汽车工业、电子工业）的需求而发展起来的适用的先进制造技术，有明显的需求导向的特征。先进制造技术不是以追求技术的高新度为目的，而是注重产生最好的实践效果，以提高企业的竞争力和促进国家经济增长和综合实力为

目标。

12. 创新与管理变革

企业家精神的本质，就是持续变革与领导创新。对一个公司领导者来说，最大的挑战来自于当大家过得都还不错的时候，你要说服并带领大家和你一起变革！

本课程主要讲述如何帮助企业在瞬息万变的社会环境中持续成长，运用有效地变革与创新管理，让企业突破发展瓶颈。

13. 创业管理

创业管理是一门实践性较强的课程，主要包括创业的机会识别、商业模式和创业计划制定、创业团队、创业融资、创业初期的管理等。通过本课程的学习，使学生提高对创业和创业管理的认识，增强创业和创业管理的能力，为今后进行创业和创业管理提供指导，同时，即使自己不创业，也可运用自己所学的创业管理理论与实务，为其他创业者提供帮助，支持他人创业，为其他创业者进行管理。

14. 创业企业案例分析

本课程主要目的是启发学生自主创业意识，通过各类创业案例分析，培养学生创业基本能力，帮助学生正确认识企业社会中的作用，提供创办和经营企业所需的知识和技能，如：商业计划、领导科学、技术创新转换等内容。

本课程主讲教师由高校教师、企业家、投资人士、科研院所人员等校内外创业导师团队组成。通过课堂理论知识讲授、校外导师讲座、外出企业和创业孵化基地实践、创业项目实践等，构成体系化的创业认知和基本能力培训。

15. 产业发展趋势与创业环境分析

产业发展趋势与创业环境分析是发现创业机会的基础，是进行创业可行性分析的前提。随时变化的环境，能给创业者造成威胁。创业者必须清楚宏观的、微观的、行业的等各种环境因素及其发展趋势，以及对具体行业、企业的影响是限制性的还是促进性的，只有这样，创业者才能抓住机遇，避免严重威胁，成功创业。

16. 创业企业财务管理

财务是企业的命脉，创业期间该如何管理好你的命脉呢？作为创业的践行者，你知道创业企业如何开始建账吗？你看得懂会计账簿，读得懂财务报告吗？……这些问题都与企业财务活动有关，是创业者们不可避免会遇到的财务管理问题，而本课程就

是解决上述问题的金钥匙！

17. 创业沙盘模拟实训

这是一门创业及管理类课程。使学生通过创业沙盘模拟，掌握企业创业从供应、生产、销售各经营环节的决策及分析方法，综合运用企业管理知识，分析企业经营状况和经营业绩，了解企业从决策到经营的过程，感悟科学的经营思路和管理理念。

➤ 营销管理班

必修课：

1. 消费者行为与市场研究

本课程兼顾理论教学与应用能力培养，并将两者有机融合。我们将较为系统地阐述本课程的基本概念、理论与原理，包括作为个体的消费者的一般行为特征、处于社会文化环境中的消费者的一般行为特征以及消费者的购买决策过程。在理论教学的过程中，我们将通过大量举例和案例分析的方式，帮助学员理解理论并实现学习迁移。同时，我们将通过一个小组作业给予学员综合运用消费者研究基本方法分析现实问题的实践机会。

市场营销是工商企业的重要职能之一，是企业在日趋激烈的市场竞争条件下取得生存与发展的重要活动。而制定正确市场营销决策的重要前提是对市场营销信息的透彻把握。营销调研是以工商企业为行为主体，探讨和阐述营销调研的原理、方法和规律的应用性学科。营销调研的主要作用是提供市场环境信息，帮助企业发现机会，避免威胁，在复杂多变的市场中求得生存与发展。营销调研是企业营销决策者的望远镜与显微镜，离开营销调研，一切营销决策都不可避免地遭受失败。

2. 大数据营销

随着信息技术发展，特别是物联网、云计算、社交网络、社交媒体以及信息获取技术的兴起，一个大规模生产、分享和应用数据的时代正在开启，大数据应用时代已经到来。大数据开启了一次重大的时代转型，正在变革我们的生活、工作和思维。通过课程学习，使学员了解测量与数据，世界一切皆可量化，“数据化”和“数字化”的差异，什么是大数据，大数据有什么特点，大数据对我们提出了哪些挑战？在大数据背景下，我们要做哪些变革？如何应用大数据改变我们的管理、工作和生活；树立大数据是社会财富、是生产要素、是无形资产的理念；理解大数据对更好地满足公众需求，促进社会创新，带动经济增长的推动作用；应用大数据技术方法提升营销能力和效率，推进决策的民主化与科学化；认识数据文化是尊重事实、推崇理性和逻辑的文化，展望数据文化的未来。

3. 品牌管理

本课程主要研究关于品牌管理方面的各种市场营销活动。本课程具体主要包括品

牌的概念、品牌战略、品牌延伸、品牌忠诚、品牌评估等几方面。通过本课程的教学，目的在于使学生掌握品牌管理的理论知识体系，能够将理论应用到具体实践活动中。

4. 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。

5. 客户关系管理

竞争的加剧、管理重点的演进、信息技术的进步促成了客户关系管理的诞生和发展。本课首先介绍 CRM 基本概念、CRM 的技术构成、CRM 的体系结构、CRM 发展现状与趋势，然后从管理理论、管理技术、管理机制等三个方面展开。管理理论方面主要介绍 CRM 的八大理念和八大理论；管理技术方面主要介绍 CRM 销售自动化管理、CRM 营销自动化管理、CRM 服务自动化管理、CRM 中的商业智能与知识管理、客户数据库的建立与利用，商业智能与数据挖掘；管理机制方面主要介绍相应机构的设置及其功能、信息共享与实时分析、业务流程的重组与优化等。

任选课：

1. 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. 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. 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. 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。

5. 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。

6. 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。

7. 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。

8. 国际企业管理

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，主要阐述国际企业管理的主要内容，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。

9. 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。

10. 先进制造(产业)专题

先进制造技术是促进科技和经济发展的基础，是面向工业应用的技术，先进制造技术应能适合于在工业企业推广并可取得很好的经济效益，先进制造技术的发展往往是针对某一具体的制造业（如汽车工业、电子工业）的需求而发展起来的适用的先进制造技术，有明显的需求导向的特征。先进制造技术不是以追求技术的高新度为目的，而是注重产生最好的实践效果，以提高企业的竞争力和促进国家经济增长和综合实力为目标。

11. 创新与管理变革

企业家精神的本质，就是持续变革与领导创新。对一个公司领导者来说，最大的挑战来自于当大家过得都还不错的时候，你要说服并带领大家和你一起变革！本课程主要讲述如何帮助企业在瞬息万变的社会环境中持续成长，运用有效地变革与创新管理，让企业突破发展瓶颈。

12. 创业管理

创业管理是一门实践性较强的课程，主要包括创业的机会识别、商业模式和创业计划制定、创业团队、创业融资、创业初期的管理等。通过本课程的学习，使学生提高对创业和创业管理的认识，增强创业和创业管理的能力，为今后进行创业和创业管理提供指导，同时，即使自己不创业，也可运用自己所学的创业管理理论与实务，为其他创业者提供帮助，支持他人创业，为其他创业者进行管理。

13. 创业企业案例分析

本课程主要目的是启发学生自主创业意识，通过各类创业案例分析，培养学生创业基本能力，帮助学生正确认识企业在社会中的作用，提供创办和经营企业所需的知识和技能，如：商业计划、领导科学、技术创新转换等内容。

本课程主讲教师由高校教师、企业家、投资人士、科研院所人员等校内外创业导师团队组成。通过课堂理论知识讲授、校外导师讲座、外出企业和创业孵化基地实践、创业项目实践等，构成体系化的创业认知和基本能力培训。

14. 产业发展趋势与创业环境分析

产业发展趋势与创业环境分析是发现创业机会的基础，是进行创业可行性分析的前提。随时变化的环境，能给创业者造成威胁。创业者必须清楚宏观的、微观的、行业的等各种环境因素及其发展趋势，以及对具体行业、企业的影响是限制性的还是促进性的，只有这样，创业者才能抓住机遇，避免严重威胁，成功创业。

15. 创业企业财务管理

财务是企业的命脉，创业期间该如何管理好你的命脉呢？作为创业的践行者，你知道创业企业如何开始建账吗？你看得懂会计账簿，读得懂财务报告吗？……这些问题都与企业财务活动有关，是创业者们不可避免会遇到的财务管理问题，而本课程就是解决上述问题的金钥匙！

16. 创业沙盘模拟实训

这是一门创业及管理类课程。使学生通过创业沙盘模拟，掌握企业创业从供应、生产、销售各经营环节的决策及分析方法，综合运用企业管理知识，分析企业经营状况和经营业绩，了解企业从决策到经营的过程，感悟科学的经营思路和管理理念。