

**我们的成电“经管行动”**  
——电子科技大学MBA校友重返课堂活动第四期可选课表

序号	课程	上课时间	教室	教师	教师简介	课程简介	教学班	可选人数
1	管理经济学	8.29、9.5、9.12、9.19、9.26星期二第9-11节，9.2、9.9、9.16、9.23星期六第1-4节，10.10、10.17星期二第9-11节 10.14、10.21星期六第1-4节，10.24星期二第9-11节	沙河主楼中502	滕颖	教授；研究方向：产业组织与区域经济，产业演化与企业战略，自然垄断与规制定价	通过本课程教学，使学生了解企业决策所运用的微观经济学和产业组织理论的基础知识，掌握经济学的基本概念和分析方法，具备用经济学思维方式思考企业日常决策和战略决策的基本技能；同时，强调国际化视野和创新在企业决策和战略中的重要性，讲授国际化和创新对企业决策以及市场结构变化所带来的影响，培养学生的国际化视野和创新意识，为学生的后续课程奠定经济学理论和方法基础。	2023级MBA08（晚）班	5
2	管理信息系统	8.29、9.5、9.12、9.19、9.26星期二第9-11节，10.10、10.17、10.24星期二第9-11节，10.31、11.7星期二第9-10节，11.11，星期六第1-4节	沙河二教315	彭岷	副教授；研究方向：信息管理、流程管理	本课程重点培养MBA学员的信息技术素养。通过对信息时代的管理方式的介绍、信息系统应用于管理的机理的介绍，学生将掌握系统的思考方法，从宏观上观察企业运作中信息的运行，学员将了解信息系统的基本理论和常见应用，掌握现代企业必备的信息管理知识，对信息技术带来的文化冲突和管理冲突获得较为深刻的认识。学员将逐步接触到战略规划过程、信息系统的分析与设计的基本方法，能正确分析和评价企业使用信息技术时将遇到的管理问题，从而能在今后的工作中更积极、更有效地推动各种IT手段的应用。	2022级MBA10（晚）班	8
3	会计学	8.29、9.5、星期二第9-11节，9.2、9.9星期六第1-4节，9.12星期二第9-10节，9.16第1-4节，9.23星期六第1-4节，10.14、10.21星期六第1-4节	沙河主楼中501	钟朝宏	副教授，轻松读财报，企业内部控制与风险管理，企业税务管理与筹划，全面预算管理…	通过本课程教学，使学生理解有关企业财务状况、经营成果和现金流量的信息，掌握以损益确认与资产计量为主的会计基本理论与方法；了解会计的日常工作，包括账务处理、经营分析、内部控制等；具备阅读和理解会计报表的专业能力，以助力企业的经营管理和决策规划。	2023级MBA07（晚）班	3
4	人力资源管理 与开发	8.29、9.5、9.12、9.19星期二第9-11节，9.2、9.9、9.16、9.23星期六第1-4节，10.14星期六第1-4节	沙河主楼东302	曹欢	讲师，知识管理	本课程旨在帮助非人力资源部门的中高层管理者学习和掌握人力资源管理与开发的相关理论、方法和工具，在此基础上提升他们分析和解决企业实际问题的能力。课堂内容密切关注互联网经济、新技术等企业运营环境的变化对人力资源管理的影响。课程视角在文化情境方面既根植中国情境，也兼顾全球视野；在产业背景方面重点倾向IT、电子商务、新兴技术和高科技产业的战略性人力资源管理问题。整个课程的教学注重行动学习和问题导向的实践转化，重视搜集、分析和解决在的学员面临的战略性人力资源管理问题。教学过程中将灵活运用多媒体教学、案例教学、互动式教学、体验式教学、实战练习等多种方法，来达到以学生为中心的，充分发挥学生的主动性、积极性和创造性的目的。教师在教学过程则扮演组织者、指导者、帮助者和促进者的角色。	2022级MBA07（晚）班	8
5	组织行为学：面向高科技企业	8.29、9.5、9.12、9.19星期二第1-4节，8.31、9.7、9.14、9.21星期四第1-4节	清水河经管楼A309	赵卫东	副教授；研究方向：组织行为与人力资源管理、项目管理	通过本课程的学习，使学生全面了解高科技企业的员工管理问题；掌握高科技企业组织行为学的基本概念、基本方法和基本理论；应用所学知识分析高科技企业中员工的个体行为、群体行为和组织行为；为进一步学习后续课程奠定理论基础，为从事高科技企业管理工作理清思路。	2023级MBA06（脱产）班	8

6	管理经济学	8.31、9.7、9.14、9.21星期四第9-11节 9.2、9.9、9.16、9.23星期六第5-8节， 9.28星期四第9-11节，10.12、10.19星期 四第9-11节，10.14、10.21星期六第5-8 节，10.26星期四第9-11节	沙河主楼 中511	滕颖	教授；研究方向：产业组织 与区域经济，产业演化与企业 战略，自然垄断与规制定价	通过本课程教学，使学生了解企业决策所运用的微观经济学和产业组织理论的基础知识，掌握经济学的基本概念和分析方法，具备用经济学思维方式思考企业日常决策和战略决策的基本技能；同时，强调国际化视野和创新在企业决策和战略中的重要性，讲授国际化和创新对企业决策以及市场结构变化所带来的影响，培养学生的国际化视野和创新意识，为学生的后续课程奠定经济学理论和方法基础。	2023级 MBA10 (晚)班	4
7	人力资源管理 与开发	8.31、9.7、9.14、9.21星期四第9-11节， 9.2、9.9、9.16、9.23星期六第5-8节， 10.14星期六第5-8节	沙河主楼 东313	曹欢	讲师，知识管理	本课程旨在帮助非人力资源部门的中高层管理者学习和掌握人力资源管理 与开发的相关理论、方法和工具，在此基础上提升他们分析和解决企业实 际问题的能力。课堂内容密切关注互联网经济、新技术等企业运营环境的 变化对人力资源管理的影响。课程视角在文化情境方面既根植中国情境， 也兼顾全球视野；在产业背景方面重点倾向IT、电子商务、新兴技术和高 科技产业的战略性人力资源管理问题。整个课程的教学注重行动学习和问 题导向的实践转化，重视搜集、分析和解决在的学员面临的战略性人力 资源管理问题。教学过程中将灵活运用多媒体教学、案例教学、互动式教 学、体验式教学、实战练习等多种方法，来达到以学生为中心的，充分发 挥学生的主动性、积极性和创造性的目的。教师在教学过程则扮演组织者、 指导者、帮助者和促进者的角色。	2022级 MBA08 (晚)班	8
8	战略管理	8.31、9.7、9.14、9.21、9.28星期四第9- 11节，9.2、9.9、9.16、9.23星期六第5-8 节，10.12、10.19星期四第9-11节， 10.14、10.21星期六第5-8节，10.26星期 四第9-11节	沙河主楼 东302	沈焱	副教授；研究方向：战略 管理、组织与激励、企业理 论	本课程教学的基本目的是通过企业战略管理的理论讲授、案例分析与专题 研究，使学生树立战略管理的正确思维方式，熟练的掌握战略分析、战略 制定、战略实施的基本理论与方法，并能够结合中国社会现实与企业实际 情况，运用战略管理的理论与方法分析和处理有关的企业战略管理问题。 具体的，通过本课程的学习，学生应能掌握“战略”、“战略管理”、“ 战略管理模型”、“战略管理过程”、“使命”、“战略环境分析与评价 ”、“企业价值链”、“核心能力”、“战略转型”、“商业模式”、“ 战略评价与控制”等基本概念、理论及分析方法，了解战略管理思想和管 理理论的产生与演变过程以及在过程中形成的主要理论流派的主要代表 人物及其理论贡献；熟悉战略管理过程各个阶段的主要工作内容及其组 织方法；在熟练掌握上述内容的基础上，应能利用有关理论工具和方法， 分析具体企业战略管理中的具体问题，制定企业发展战略。 通过本课程教学，使学生了解企业战略管理的思路及一般过程，特别是在 互联网技术和互联网思维对传统战略模式和战略管理相关工具、方法的影 响；掌握战略制定、战略实施以及战略评价的方法，培养学生的战略思维 和战略分析能力，从而更好地适应互联网时代战略管理的新要求，并对传 统战略管理方法进行创新。	2022级 MBA07 (晚)班	8
9	管理经济学	9.2、9.9、9.16、9.23星期六第5-8节， 10.14、10.21、10.28、11.4星期六第5-8 节，11.18、11.25、12.2、12.9星期六第 5-8节	沙河二教 201	梁媛	副教授；讲授课程：管理 经济学（MBA）经济学 I， 经济学 II（本科）经济学 基础（IMBA）慧眼看经 济：像经济学家一样思考 经济学概论	通过本课程教学，使学生了解企业决策所运用的微观经济学和产业组织理 论的基础知识，掌握经济学的基本概念和分析方法，具备用经济学思维方 式思考企业日常决策和战略决策的基本技能；同时，强调国际化视野和创 新在企业决策和战略中的重要性，讲授国际化和创新对企业决策以及市场 结构变化所带来的影响，培养学生的国际化视野和创新意识，为学生的后 续课程奠定经济学理论和方法基础。	2023级 MBA11（周 末）班	8

10	管理信息系统	9.2、9.9、9.16、9.23星期六第5-8节， 9.3、9.10、9.17、9.24星期日第5-8节	沙河二教 310	彭岷	副教授；研究方向：信息管理、流程管理	本课程重点培养MBA学员的信息技术素养。通过对信息时代的管理方式的介绍、信息系统应用于管理的机理的介绍，学生将掌握系统的思考方法，从宏观上观察企业运作中信息的运行，学员将了解信息系统的基本理论和常见应用，掌握现代企业必备的信息管理知识，对信息技术带来的文化冲突和管理冲突获得较为深刻的认识。学员将逐步接触到战略规划过程、信息系统的分析与设计的基本方法，能正确分析和评价企业使用信息技术时将遇到的管理问题，从而能在今后的工作中更积极、更有效地推动各种IT手段的应用。	2022级 MBA12（周末）班	8
11	会计学	9.2、9.9、9.16、9.23星期六第5-8节， 10.14、10.21、10.28、11.4星期六第5-8节	清水河经管楼A307	孙利琼	副教授；研究方向：会计学、公司理财	通过本课程教学，使学生理解有关企业财务状况、经营成果和现金流量的信息，掌握以损益确认与资产计量为主的会计基本理论与方法；了解会计的日常工作，包括账务处理、经营分析、内部控制等；具备阅读和理解会计报表的专业能力，以助力企业的经营管理和决策规划。	2023级 MBA16（领航）班	8
12	数据、模型与决策	9.2、9.9、9.16、9.23星期六第1-4节， 10.14、10.21、10.28、11.4星期六第1-4节	清水河经管楼A307	赵武	副教授；研究方向：金融工程与保险精算	《数据、模型与决策》（Data, Model and Decision, DMD）作为MBA的核心课程之一，是一门基础的方法类课程。它对经济、管理领域中出现的问题进行定量分析、建立相应的优化、决策模型，藉助于计算机求解，为决策者选择最优决策提供依据和支持。DMD课程教学的目标旨在培养、提升MBA学员就其管理中的实际问题做出科学、定量的决策方面的素质和技能。通过本课程的学习，学生应了解“系统优化和计算机仿真理论”、“决策分析理论”和“数据分析理论”等内容。了解这些理论的背景、应用环境和条件；掌握这些理论中常用的数学分析方法如：线性规划建模与应用、电子表格的建模艺术、线性规划的what if分析、运输问题和指派问题、网络最优化问题、0-1整数规划处理是非决策问题、决策分析、预测、计算机仿真等方法与工具；具备利用有关理论和方法分析解决具体的工商管理实际问题的能力。	2023级 MBA16（领航）班	8
13	战略管理	9.2星期六第1-4节，9.3星期日第1-4节， 10.28、11.4、11.11、11.18、11.25星期六第1-4节，10.29、11.5、11.12、11.19、11.26 星期日第1-4节	清水河经管楼A311	肖文	教授；研究方向：人力资源管理、战略管理	本课程教学的基本目的是通过企业战略管理的理论讲授、案例分析与专题研究，使学生树立战略管理的正确思维方式，熟练的掌握战略分析、战略制定、战略实施的基本理论与方法，并能够结合中国社会现实与企业实际情况，运用战略管理的理论与方法分析和处理有关的企业战略管理问题。具体的，通过本课程的学习，学生应能掌握“战略”、“战略管理”、“战略管理模型”、“战略管理过程”、“使命”、“战略环境分析与评价”、“企业价值链”、“核心能力”、“战略转型”、“商业模式”、“战略评价与控制”等基本概念、理论及分析方法，了解战略管理思想和管理理论的产生与演变过程以及在这些过程中形成的主要理论流派的主要代表人物及其理论贡献；熟悉战略管理过程各个阶段的主要工作内容及其组织方法；在熟练掌握上述内容的基础上，应能利用有关理论工具和方法，分析具体企业战略管理中的具体问题，制定企业发展战略。 通过本课程教学，使学生了解企业战略管理的思路及一般过程，特别是在互联网技术和互联网思维对传统战略模式和战略管理相关工具、方法的影响；掌握战略制定、战略实施以及战略评价的方法，培养学生的战略思维和战略分析能力，从而更好地适应互联网时代战略管理的新要求，并对传统战略管理方法进行创新。	2022级 MBA13（周末）班	8

14	战略管理	9.2星期六第1-4节, 9.3星期日第1-4节, 10.28、11.4、11.11、11.18、11.25星期六第1-4节, 10.29、11.5、11.12、11.19、11.26 星期日第1-5节	清水河经管楼A312	肖文	教授; 研究方向: 人力资源管理、战略管理	本课程教学的基本目的是通过企业战略管理的理论讲授、案例分析与专题研究, 使学生树立战略管理的正确思维方式, 熟练的掌握战略分析、战略制定、战略实施的基本理论与方法, 并能够结合中国社会现实与企业实际情况, 运用战略管理的理论与方法分析和处理有关的企业战略管理问题。具体的, 通过本课程的学习, 学生应能掌握“战略”、“战略管理”、“战略管理模型”、“战略管理过程”、“使命”、“战略环境分析与评价”、“企业价值链”、“核心能力”、“战略转型”、“商业模式”、“战略评价与控制”等基本概念、理论及分析方法, 了解战略管理思想和管理理论的产生与演变过程以及在这些过程中形成的主要理论流派的主要代表人物及其理论贡献; 熟悉战略管理过程各个阶段的主要工作内容及其组织方法; 在熟练掌握上述内容的基础上, 应能利用有关理论工具和方法, 分析具体企业战略管理中的具体问题, 制定企业发展战略。 通过本课程教学, 使学生了解企业战略管理的思路及一般过程, 特别是在互联网技术和互联网思维对传统战略模式和战略管理相关工具、方法的影响; 掌握战略制定、战略实施以及战略评价的方法, 培养学生的战略思维和战略分析能力, 从而更好地适应互联网时代战略管理的新要求, 并对传统战略管理方法进行创新。	2022级 MBA14 (周末) 班	9
15	组织行为学	9.2、9.9、9.16、9.23星期六第1-4节, 10.14、10.21、10.28、11.4、11.11、11.18、11.25、12.2星期六第1-4节	清水河经管楼A305	赵卫东	副教授; 研究方向: 组织行为与人力资源管理、项目管理	《组织行为学》是MBA培养计划中的一门通用工具(知识)性课程, 也是在管理工作中分析员工行为的一门应用性课程。通过本课程的学习, 使学生全面了解组织行为学的理论知识体系; 掌握组织行为学的基本概念、基本方法和基本理论; 掌握组织行为学研究的方法与工具; 应用所学知识分析企业中人的行为、群体行为和组织行为, 提升管理能力和水平。	2023级 MBA15 (周末) 班	8
16	会计学	9.3、9.10、9.17、9.24星期日第5-8节, 10.15、10.22、10.29、12.5星期日第5-8节	沙河二教201	孙利琼	副教授; 研究方向: 会计学、公司理财	通过本课程教学, 使学生理解有关企业财务状况、经营成果和现金流量的信息, 掌握以损益确认与资产计量为主的会计基本理论与方法; 了解会计的日常工作, 包括账务处理、经营分析、内部控制等; 具备阅读和理解会计报表的专业能力, 以助力企业的经营管理和决策规划。	2023级 MBA11 (周末) 班	8
17	会计学	9.3、9.10、9.17、9.24星期日第1-4节, 10.15、10.22、10.29、12.5星期日第1-4节	沙河二教212	孙利琼	副教授; 研究方向: 会计学、公司理财	通过本课程教学, 使学生理解有关企业财务状况、经营成果和现金流量的信息, 掌握以损益确认与资产计量为主的会计基本理论与方法; 了解会计的日常工作, 包括账务处理、经营分析、内部控制等; 具备阅读和理解会计报表的专业能力, 以助力企业的经营管理和决策规划。	2023级 MBA12 (周末) 班	8
18	组织行为学	9.3、9.10、9.17、9.24星期日第5-8节, 10.15、10.22、10.29、12.5星期日第5-8节	清水河经管楼A307	赵卫东	副教授; 研究方向: 组织行为与人力资源管理、项目管理	《组织行为学》是MBA培养计划中的一门通用工具(知识)性课程, 也是在管理工作中分析员工行为的一门应用性课程。通过本课程的学习, 使学生全面了解组织行为学的理论知识体系; 掌握组织行为学的基本概念、基本方法和基本理论; 掌握组织行为学研究的方法与工具; 应用所学知识分析企业中人的行为、群体行为和组织行为, 提升管理能力和水平。	2023级 MBA16 (领航) 班	8

19	数据科学与商务智能	9.26星期二第1-4节, 9.28星期四第1-4节, 10.10、10.17、10.24星期二第1-4节, 10.12、10.19、10.26星期四第1-4节	清水河经管楼A309	方佳明	教授; 研究方向: Social Media and E-Service; Business Value of Information Technology Investments; Online Consumer Behaviour	通过本课程教学, 使学生拓展数据分析思路, 建立最基本的的数据价值思想, 熟悉数据分析的基本流程, 掌握实证研究所需的数据分析与挖掘分析方法; 熟悉与掌握R语言以及Tableau软件的使用, 具备使用R等统计分析软件进行数据分析的能力以及基于分析结果对相应的管理问题进行决策的能力。课堂教学内容注重培养学生基于实际商业应用数据进行分析 and 结果解读以及应用能力, 需要学生自带计算机。	2023级 MBA06 (脱产) 班	8
20	管理信息系统	10.14、10.21、10.28、12.4星期六第5-8节 10.15、10.22、10.29、12.5星期日第5-8节	沙河二教301	彭岷	副教授; 研究方向: 信息管理、流程管理	本课程重点培养MBA学员的信息技术素养。通过对信息时代的管理方式的介绍、信息系统应用于管理的机理的介绍, 学生将掌握系统的思考方法, 从宏观上观察企业运作中信息的运行, 学员将了解信息系统的基本理论和常见应用, 掌握现代企业必备的信息管理知识, 对信息技术带来的文化冲突和管理冲突获得较为深刻的认识。学员将逐步接触到战略规划过程、信息系统的分析与设计的基本方法, 能正确分析和评价企业使用信息技术时将遇到的管理问题, 从而能在今后的工作中更积极、更有效地推动各种IT手段的应用。	2022级 MBA11 (周末) 班	8
21	管理信息系统	10.17、10.24星期二第9-11节, 10.21、10.28星期六第1-4节, 10.31、星期二第9-11节, 11.2星期四第9-11节, 11.4星期六第1-4节, 11.7星期二第9-10节, 11.9星期四第9-10节, 11.11星期六第1-4节	沙河主楼东302	袁华	教授; 研究方向: Machine Learning & Business Intelligence; Information System Management...	本课程重点培养MBA学员的信息技术素养。通过对信息时代的管理方式的介绍、信息系统应用于管理的机理的介绍, 学生将掌握系统的思考方法, 从宏观上观察企业运作中信息的运行, 学员将了解信息系统的基本理论和常见应用, 掌握现代企业必备的信息管理知识, 对信息技术带来的文化冲突和管理冲突获得较为深刻的认识。学员将逐步接触到战略规划过程、信息系统的分析与设计的基本方法, 能正确分析和评价企业使用信息技术时将遇到的管理问题, 从而能在今后的工作中更积极、更有效地推动各种IT手段的应用。	2022级 MBA07 (晚) 班	8
22	宏观经济与政策环境	10.18、10.25、11.1、11.8星期三第5-8节	清水河经管楼A309	尹宇明	副教授, 资本市场、国际金融	课程的教学目的旨在培养MBA学员宏观经济分析和政策解读运用能力。本课程通过宏观经济学概述、宏观经济现状、宏观经济前景、金融与宏观经济、国际经济、宏观经济波动、宏观经济政策七个模块和宏观经济的综合调控这一综合分析环节, 实现课程三个渐进层次的目标: 一是要使学生掌握宏观经济学的基本知识, “会看报”, 会看有关经济分析的文章和经济学文献; 二是逐渐培养学生进行宏观经济形势分析和有关政策比较分析的能力; 三是要使学生在未来不同的工作岗位上, 能够制定适应宏观经济环境的企业经营决策, 或者能够为研究和制定宏观经济政策服务。	2023级 MBA06 (脱产) 班	8
23	会计学	10.28星期六第1-4节, 11.4、11.11、11.18、11.25、12.2、12.9、12.16星期六第1-4节	沙河主楼中502	钟朝宏	副教授, 轻松读财报, 企业内部控制与风险管理, 企业税务管理与筹划, 全面预算管理...	通过本课程教学, 使学生理解有关企业财务状况、经营成果和现金流量的信息, 掌握以损益确认与资产计量为主的会计基本理论与方法; 了解会计的日常工作, 包括账务处理、经营分析、内部控制等; 具备阅读和理解会计报表的专业能力, 以助力企业的经营管理和决策规划。	2023级 MBA08 (晚) 班	4

24	品牌建设与管理	11.11、11.18、11.25、12.2星期六第1-4节，11.12、11.19、11.26、12.3星期日第1-4节	清水河经管楼C101	柴俊武	教授；研究方向：营销管理、品牌管理、销售管理	<p>在市场竞争异常激烈的年代里，品牌以其深刻的个性化、独占性以及良好的继承性和延伸性，成为商家在市场竞争中的有力武器。企业要在严峻的形势下谋求生存和发展，最有远见、最有成效的办法之一就是制定和实施正确的品牌战略和策略。那么，该如何认识品牌？如何建设品牌？如何传播品牌？如何管理品牌？如何经营和运用品牌？使其发挥出巨大的市场威力，从而为顾客创造更多的价值，为企业创造更大的财富。《品牌战略管理》课程为学员提供从理论到实操的解决方案。</p> <p>此课程献给那些期望了解现实世界中有关品牌问题的人。学员通过本课程的学习，可以掌握和了解现代品牌管理中具有相当影响力的相关概念、理论、方法和技能技巧，为日后从事品牌管理研究和实务操作打下基础。此外，课程特别关注对中国本土品牌的发展提供借鉴，对中国本土企业提炼品牌DNA、有效掌控和驾驭品牌发展规律提供具有可操作性的范本。</p>	2022级MBA14（领航）班	5
25	营销管理	11.11、11.18、11.25、12.2星期六第5-8节，11.12、11.19、11.26、12.3星期日第5-8节	清水河经管楼A307	柴俊武	教授；研究方向：营销管理、品牌管理、销售管理	<p>《营销管理》是MBA的核心课程，也是MBA所有课程中最具专业特色的课程之一。就其内容而言，它是主要涉及市场、消费者、竞争者的一门课程，也是管理学、组织行为学、信息管理、运作管理等课程的引领课程。《营销管理》不仅适用于企事业，也适用于其它组织（政府、NGO等）及个人，总之《营销管理》无处不在。因此，学好这门课程，掌握营销管理的相关知识非常重要。</p> <p>营销既是科学，也是艺术，更是实践！</p> <p>学习营销管理需要让学生了解营销活动的基本概念、技术和一般方法，加深对营销的理解，注重质量、价值和顾客满意；注重建立关系和保持顾客；注重各种环境变化和市场变化；注重管理业务过程和业务职能的一体化等。在掌握了本课程的概念、技术以及有了相应的实践后，学生才能准确地理解营销过程不仅适用于商品和服务，也适用于任何东西，包括创意、事件、组织、地点和人物，从而很好地把握其他课程如生产管理、人力资源管理以及财务管理等课程的基本内容。最终，学生需要具备运用相关知识指导工作实践的能力。</p> <p>对于MBA学生来说，很大部分已经具有一些营销方面的知识和实践，但往往比较零碎，没有形成一个较完整的体系。因此，在营销管理的授课内容中，要十分注意深化和提高，并结合案例教学，加强对学生能力的培养和锻炼。</p> <p>电子科技大学MBA的营销管理尤其重视技术和管理的结合，通过技术认识需求，发现需求、满足需求甚至创造需求。任课老师，一般都要求具有实务操作的经验，他们应通晓营销学的理论与方法，同时又要熟悉当今国际营销发展的动态，他们不仅能给学员以合乎逻辑的理性启迪，同时又要把</p>	2023级MBA16（领航）班	8
26	项目管理学	11.28、12.5、12.12、12.19星期二第9-11节，12.2、12.9、12.16、12.23、12.30星期六第1-4节	沙河主楼东302	雷鸣	副教授；研究方向：项目管理、运作管理	<p>项目管理学课程体现系统性、目标性和创新性管理的特点，围绕项目全生命周期的五大过程组的管理活动，分别按照十大知识领域进行课堂教学、案例讨论和分组案例分析。教学内容以《项目管理知识体系指南》（Project Management Body of Knowledge）为基础，结合IT项目、大型工程建设项目和研发项目等典型管理案例分析，对项目及项目的概念、流程、方法、工具和技术进行系统阐述。</p> <p>通过本课程的学习，学生可以对项目管理在企业管理实践中的重要性有更为深刻的理解，系统掌握项目管理方法体系，具备通过IPMP-D级认证的能力，能承担项目的策划与实施的管理工作。</p>	2022级MBA晚班合班	8

27	金融学基础	12.2、12.9星期六第1-4节，12.23、12.30星期六第1-4节，12.3、12.10、12.17、12.24、12.31星期日第1-4节	沙河二教 314	李强	教授，公司金融与资产定价、金融科技与互联网金融、实物期权	本课程是工商管理硕士（MBA）互联网金融与财务方向专业选修课中的入门性课程之一。课程将从时间和风险两个维度出发，围绕跨期优化、资产估值和风险管理三大内容，讲授折现现金流分析方法、一价定律思想和风险管理原理，并将之应用于个人生命周期财务规划、企业资本预算决策、债券与股票估值、组合选择与CAPM、期货与期权等现实金融问题。通过本课程的学习，学生将了解和掌握现代金融学的知识体系、重要原理和关键技术等，具有进一步专业提升的知识基础，并能够运用金融的思维与方法综合解决现实问题。	2022级MBA 周末合班	8
----	-------	--	-------------	----	------------------------------	--	------------------	---