

2020级MBA晚班、周末班选课目录（预选）

| 专业方向 | 课程名称 | 简介 | 任课教师 |
|----------|---------|--|--------|
| 创新与创业管理 | 创新管理 | 本课程旨在让学生了解创新管理的理论前沿和全球最佳管理实践，建立企业创新管理的基本框架，熟悉创新管理的主要功能和内容，掌握创新管理的基本理论和思想观点，掌握创新管理的基本方法和重点分析工具。通过课程的理论学习和体验式学习，帮助学员掌握并熟练运用创新管理的方法和工具，进而提高分析问题、解决问题的能力，使其能高效地解决不同生命周期阶段企业面临的各种创新问题。 | 王敏 |
| 创新与创业管理 | 创业管理 | 通过本课程的学习，使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识，包括创业基本概念、原理、基本过程和相关方法理论，具体内容涉及创业者特征及创业团队的组建与管理、创业机会的发现与识别、创业资源整合、创业计划以及创业相关的政策法规及社会责任问题；系统培养学生整合创业资源、设计创业计划以及创办和管理企业的综合素质，重点培养学生识别创业机会、管理创业风险、适时采取行动的创业能力；培养学生善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识，挑战自我、承受挫折、坚持不懈的意志品质，遵纪守法、诚实守信、善于合作的职业操守，以及创造价值、服务社会的社会责任感。 | 周冬梅 |
| 创新与创业管理 | 技术创业 | 通过本课程的学习，使学生掌握开展技术创新和创业活动所需要的基本知识，包括技术创新、技术创业的基本概念、原理、基本过程和相关方法理论。具体内容涉及：1) 技术创新的基本过程、典型类型和关键问题；2) 技术创业者特征及技术型创业团队的组建与管理；3) 技术发展趋势及技术创业机会的发现与识别；4) 基于技术与商业模式创新的资源整合；5) 技术型初创企业的运营和管理。本课程重点培养学生从科技和社会发展两个维度发现、构建创业机会的意识、管理创业风险、适时采取行动的创业能力；培养学生善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识，以及创造价值、服务社会的社会责任感。 | 王敏 |
| 创新与创业管理 | 知识产权管理 | 本课程是知识产权法律制度和技术创新管理理论与实践的融合，即基于中国和国际知识产权法律制度，研究和讨论在互联网+的新形势下，专利、版权、商业秘密和商标等知识产权形式的创造、利用、保护和组织策略，以促进和保障企业、科研院所、大学等创新主体获得和保持竞争优势。 本课程采用核心知识精密讲解和典型案例深入讨论相结合，紧紧围绕互联网+背景下知识产权管理的热点与重点，使学生了解知识产权相关制度，掌握企业知识产权基本技能，提高其运用知识产权相关知识有效开展技术创新管理的能力。 | 冯薇 |
| 互联网金融与财务 | 金融学基础 | 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，围绕跨时优化、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、资本预算、债券与股票、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。 | 李强或刘波 |
| 互联网金融与财务 | 财务分析与评价 | 财务报表作为会计信息的载体，更是企业的“听诊器”、“晴雨表”。通过企业财务报表的深入解读分析，企业管理者可以充分了解企业的竞争优势与劣势，制定更有助于企业发展的财务与经营政策，构建战略财务，从而更有效地实施战略定位、监控和管理企业；投资者可以根据企业现状预测未来的发展趋势；证券分析师和投资银行可以评估公司的价值；商业银行可以评估企业偿债风险并做出贷款决策等。本课程置于我国资本市场的大背景下，通过大量上市公司案例分析和讨论，可以帮助学生： （1）树立全新的财务思维，全面了解和掌握公司财务报表分析的理论基础、基本方法和逻辑框架； （2）拓宽财务分析视野，提高识别不实财务报表的能力； （3）掌握企业各项财务能力的分析与营运资本管理的方法； （4）提高企业经营决策、投资决策以及信贷决策等多项综合分析能力 | 鲜文铎或刘英 |

| | | | |
|----------|----------------|--|-------|
| 互联网金融与财务 | 大数据金融风险 管理 | 随着信息技术的飞速发展，特别是云计算、大数据技术的应用，未来金融机构的核心竞争力很大程度上依赖于将数据转化为信息和知识的速度与能力，而这种转化速度和能力，取决于数据分析、挖掘和应用水平。本课程以数据挖掘技术为基础，结合大数据技术在金融风险管理领域的发展和应用现状，以典型应用为支撑，从大数据视角分析风险管理问题。通过本课程的学习，学生可以掌握基本的数据挖掘算法，了解大数据技术在金融风险管理领域的应用现状，具有应用数据挖掘技术分析风险管理问题的能力。 | 宋娜 |
| 互联网金融与财务 | 风险投资与创业 融资 | 作为MBA培养方案中的特色课程和学生未来职业发展的铺垫性课程，本课程以创业投资和风险资本的三个主题（创业企业及商业计划书、创业融资和管理、私人权益资本市场）为主线，重点引导学生深刻认识创业企业内涵、了解风险投资与创业融资的实践状况、理解风险投资和创业融资的基本理论。本课程目标一方面通过专业知识讲解培养学生的经济管理思维，使学生能够深刻理解企业融资策略、创业企业估值、创业融资合约隐含的专业知识和经济原则；另一方面通过大量案例的分析讲解使学生充分认识到风险投资和创业融资活动既是金融体系的重要部分，也是创业企业生存发展的重要资源，并进一步培养学生在经济实践中的分析判断能力和实际操作能力，从而大力提升学生的创新创业能力。 | 尹宇明 |
| 互联网金融与财务 | 公司内部控制 | 通过本课程教学，使学生掌握先进的内部控制、风险管理及职业舞弊等理论；初步掌握提升对内部控制自我评价、建立良好的内部控制环境的能力；通过企业运作中的典型实例，帮助学生明确主要业务活动中的控制措施和程序，明确如何结合企业自身特点、建立适合企业自身情况的内部控制系统。 | 钟朝宏 |
| 互联网金融与财务 | 固定收益证券 | 《固定收益证券》是MBA金融工程方向的专业课程之一，主要讲授固定收益证券的基本概念、收益率的衡量和利率期限结构理论、不含权债券与含权债券的定价方法和原理、利率风险和信用风险的度量与管理方法、债券投资组合的构建方法、资产证券化产品的设计与定价等方面的内容。固定收益证券与权益证券、衍生证券构成金融市场的主要组成部分。无论国外，还是国内固定收益证券市场都具有重要的地位，其规模比权益市场大，也是形成基础利率的市场基础，还是宏观货币政策执行的重要基础。所以，《固定收益证券》的学习是完善学生金融领域的知识结构的重要环节。针对MBA课程教学特征，本课程的教学设计思路主要是针对每一章节的教学内容，以具体的案例和现实问题为背景，展开对教学重点和难点的讨论。通过本课程的学习，了解固定收益证券与其它金融资产在定价和风险管理方面的差异，并掌握固定收益证券定价原理和方法、利率风险和信用风险的主要特征和相关衍生产品、利率期限结构理论及其模型构建、理解资产证券化产品设计的核心思想以及结构化证券产品的设计和创新、掌握债券组合管理的主要策略及其原理。整体上要培养学生具有从分析现金流分布为出发点的逻辑思维，具有金融创新的能力和视野。 | 陈林 |
| 互联网金融与财务 | 互联网金融产品 与工具 | 通过本课程教学，使学生了解第三方支付、移动支付、网络借贷、众筹融资、互联网银行、互联网证券、互联网保险等为代表的互联网金融业务与模式的发展路径和特征，以及科技金融的应用现状。结合学生已有的经济、金融学基础理论知识，使学生掌握分析互联网金融与科技金融背景下的金融产品设计的创新思维、定价方法、风险管理技术。特别是要理解以互联网技术、大数据为代表的新技术对金融产品的创新和应用所带来的变革。最终学以致用，掌握运用互联网金融产品与工具去解决实体经济中的投融资问题和风险管理问题。 | 陈林 |
| 互联网金融与财务 | 金融计量与交易 策略 | 《金融计量与交易策略》的主要目标是培养MBA学员综合运用金融专业知识和理论联系实际的能力，掌握应对实际金融问题的量化方法和关键技术。根据课程具有高度数量化的特点，为突出课程的实用价值，激发学员的兴趣，课程将以资产定价、波动建模、股票交易策略、期货交易策略等实际金融问题为导向，本着“干中学（Learning by Doing）”的教学思路来安排知识点，强调解决问题并学习相关计量方法的应用，培养MBA学员处理数据和动手操作能力。 | 杨政或陈磊 |

| | | | |
|----------|------------|---|--------|
| 互联网金融与财务 | 金融市场与金融机构 | 本课程主要讲述金融体系运行的基本原理和实务，包括中央银行、商业银行、投资银行、货币市场、股票市场和金融市场监管等内容。通过本课程的教学，使学生能了解金融市场与金融机构运作的基本实务，掌握金融体系运行的基本原理，具备一定的分析解释金融、经济现象和提出金融解决方案的能力。本课程丰富的案例支持和金融实务运作的比较分析有助于学生明确学以致用的方向及合理的制定进入金融行业的职业规划。 | 郭斌 |
| 互联网金融与财务 | 投资银行与金融创新 | 本课程是一门将金融理论与资本市场发展实践紧密结合的、操作性强、偏重实务的重要课程。从政府、企业、机构和个人对投资银行业务的需求角度出发，在融入国内外投资银行最新理论成果、实践发展趋势及经济金融热点问题的基础上，立足国内资本市场发展的大背景，借鉴国际经验，系统性地介绍投资银行学基本理论，投资银行主要业务，投资银行在金融创新中的作用及部分重要金融创新案例。通过本课程教学，使学生了解投资银行基本概念，掌握投资银行基本理论，具备一定金融创新的能力。 | 赵洪江 |
| 市场营销 | 消费者行为学 | 市场营销总体而言可以概括为“根据消费者和竞争者的理解和分析制定营销决策”。消费者行为学是营销决策最重要的根基。 消费者行为学的重点在于二个基本问题：（1）消费者行为受哪些因素的影响？因此课程分析研究不同消费者心理和行为特征及其影响因素，为制定合适的营销战略提供依据；（2）如何影响消费者行为？因此课程关注那些可以改变消费者的购买行为，为企业创造利润，为顾客创造价值的营销战略、策略、模式、工具等。 消费者行为学是营销所有方法之母：理解消费者行为是制定营销战略的关键要素，是解决营销决策的来源；也是理解市场行为的一把钥匙。 | 陈文琳或张蕾 |
| 市场营销 | 营销调研 | 营销调研课程是MBA市场营销方向的主干课程之一。 对市场调研的理论和方法进行讲解，辅之以实践案例对学生的相关能力进行训练。 通过本课程的学习，掌握市场调研的基本理论和主要方法，具备设计问卷、搜集资料的基本技能，熟悉资料的基础分析方法，最终具备获取市场信息的能力。 | 何伟 |
| 市场营销 | 服务营销与服务创新 | 由于服务具有无形性、易逝性、同时性、差异性等不同物质产品的性质，服务营销也与一般产品的营销有着本质的差异。本课程围绕服务质量的差距模型构建课程体系，从服务社会的演化入手，针对特性深入认识服务，在此基础上，从服务营销的理念切入主题，逐步展开对服务质量、服务业中的消费者行为、内部营销、服务流程、服务展示等内容的讨论，并通过对服务创新的深入研究，提出服务营销与创新的策略建议。 通过本课程的学习，使学生不仅能够充分了解服务以及服务产业在经济社会发展中的地位作用，把握服务的性质、特征及过程，了解服务业中普遍存在的一些规律，并将这些规律应用于特定的服务企业。通过对服务生产与传递等相关规律的认识，不仅掌握服务营销与产品营销的本质区别，更重要的是树立服务营销的独特观念，掌握服务营销的基本原理、策略，应用服务营销的具体方法、手段等解决服务企业的实际营销问题。基于服务的本质特性以及服务创新与营销的密切关系，本课程把服务创新与服务营销有机结合，通过掌握创新的理念和方法，更有利于学生在不断变化的服务市场中开展实际工作。 | 鲁若愚 |
| 市场营销 | 互联网思维与网络营销 | 因特网的普及和发展对市场营销实践的影响远远大于工业革命中诞生的印刷技术，也大于20世纪以来出现的无线电与电视技术。网络使得市场竞争的战场发生了转移：正从现实世界的各种商店、柜台转向网络世界，网络成为了一个潜力巨大的营销空间，网络营销已成为当今企业市场营销的重要组成部分。 网络营销课程是MBA市场营销方向的主干课程之一。 网络营销是理论与实际紧密结合的课程，同时也处于不断发展的过程之中。课程将紧紧围绕网络在市场营销中应用这个主题，进行课堂教学和案例分析。主要内容包括了四个方面：①互联网营销理念，涉及网络环境下市场营销理论的变革，互动式营销和整合营销的理论；②传统互联网营销工具，包括电子邮件，企业网站等工具的使用；③社会化媒体营销工具的实践，论及到微博营销、微信营销、短视频营销等；④网络营销案例。 通过本课程的学习，让学生能够了解国内外网络营销领域的最新发展，建立互联网营销的思维方式，熟悉各类常用的互联网营销工具和手段，掌握互联网营销的实践方法。 | 何伟 |

| | | | |
|------|-----------|--|--------|
| 市场营销 | 品牌建设与管理 | <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> | 陈文琳 |
| 市场营销 | 销售管理 | <p>《销售管理》是工商管理（MBA）市场营销方向的一个重要子课程，它是在对销售及销售管理的理解和认识基础上，通过计划、人员配备、培训、领导以及对组织资源的控制，以高效的方式实现组织的销售目标的一种管理活动，是一门研究销售管理的基本规律，基本业务技术的课程。本课程主要从个人和团队两个层面，重点针对大客户讨论销售管理的概念和理论基础及销售管理技能，以及创新变革时代给销售管理带来的机会与挑战。通过本课程的学习，使学生能够把握现代销售管理的发展趋势和脉络，掌握销售管理的基本规律、业务技术，特别要注重企业营销策划的落地实施，着重培养学生从事销售管理与推销工作的科学思维方式及分析和解决问题的能力，任务是培养卓越的销售经理。具体：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 了解、更新销售管理理念，把握其发展趋势与脉络； 2) 掌握销售管理的各项职能，及销售程序的形成、执行及销售过程的评估和控制； 3) 学会运用销售管理的理论与方法分析和解决实际问题； 4) 提高针对大客户的销售技能； 5) 把握市场脉动，掌握管理知识，实现销售目标。 6) 课时安排用表格方式说明，具体模式如下表。 | 宋艳 |
| 项目管理 | 项目管理学 | <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，对项目及项目管理的概念、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> | 陈光宇或雷鸣 |
| 项目管理 | 项目论证与评估 | <p>本课程教学目的是对学生已掌握项目管理基础理论的进一步深化，使学生进一步掌握与项目管理密切相关的项目论证与评估的基本概念，基本原理和基本方法，学习运用基本理论知识对项目管理的实际问题进行分析决策的基本程序和要求。</p> <p>通过本课程的学习，要求学生应用项目论证与评估的基本原理和方法，理论联系实际，提高分析问题和解决问题的能力。</p> | 路应金 |
| 项目管理 | 项目采购与合同管理 | <p>通过本课程教学，旨在使学生对项目采购与合同管理有全面的认识，系统了解项目采购与合同管理理论熟悉项目采购、合同管理基本概念；初步掌握项目采购、合同管理过程和技巧项目实践中科学运用项目采购、合同管理方法，识别有关法律风险，处理相关问题。交流项目采购和合同管理经验，培养较强法律意识和具备实际项目采购与合同管理能力的专业化管理人才。</p> | 冯薇 |
| 项目管理 | 项目管理信息系统 | <p>通过本课程教学，使学生了解项目管理在信息时代的最新发展情况，掌握信息时代项目管理的技能，具备用信息时代最新手段来管理复杂项目的能力。</p> | 黎亮 |

| | | | |
|---------|-------------|---|-----|
| 项目管理 | 项目融资 | <p>围绕工商管理硕士研究生的综合素质培育和管理能力提升，本课程全面介绍项目融资的体系结构与运作机理，系统阐述项目融资的基本原理和方法，以及项目融资的风险分析和项目融资的管理，为项目融资实践提供全方位的管理思维和分析方法。本课程的主要内容包括项目融资概述、项目融资的运作与组织、项目融资的合同管理、项目融资成本与结构、项目融资担保、项目融资模式、以及项目融资风险管理等相关内容。</p> <p>本课程融入了丰富的专门案例分析，进一步帮助学生拓展思维，培育分析问题和解决问题的实际能力。</p> <p>通过本课程的学习，使学生全面了解项目融资的重点环节和全过程管理，系统掌握项目融资的理论知识和方法体系，培养学生具备项目评价、融资模式分析、以及融资风险控制的能力，为各类项目管理提供理论指导。</p> | 田益祥 |
| 项目管理 | 项目质量与风险管理 | <p>通过本课程的学习，学员可以对质量和风险在项目管理的重要作用有更深刻的理解，系统掌握项目质量和项目风险管理方法，能策划和从事项目质量管理和项目风险管理。</p> | 夏远强 |
| 项目管理 | 项目组织与团队 | <p>本课程旨在使学习者对项目组织及其特点有全面的认识，了解项目组织的运作实质以及项目团队建设的基本要点；掌握相关的人力资源管理理论以及有关人力资源管理方法、工具；掌握人际冲突与人际沟通的理论与方法。生动而精要的课堂教授、深刻而经典的案例分析、积极而互动的教学研讨，都将启发、帮助你认识、理解和处理各种项目的组织、团队建设与管理问题。</p> | 张徽燕 |
| 信息与数据产业 | 电子商务模式与价值创新 | <p>通过本课程的学习，使学生对电子商务模式与价值创新基本原理和实务的主要知识点有较全面的了解和掌握。其目的，一是让学生了解电子商务模式与价值创新的基本概念和过程，理解电子商务模式与价值创新的基本原理，掌握电子商务模式与价值创新的基本方法和工具；二是通过案例的学习，培养学生正确分析和评价电子商务模式与价值创新实践中各种经济与管理问题的能力。</p> | 段钢 |
| 信息与数据产业 | 人工智能与机器学习 | <p>《人工智能与机器学习》是一门研究在计算机机器学习理论和方法支持下，针对商业、工业及医疗行业信息化环境和数据，让计算机辅助决策的课程。近二十年，机器学习不仅为我们带来了工业领域的巨大变化，在商业领域，利用机器学习方法进行高效的资源搜索、投资决策、客户关系管理等研究成果应用实践，使我们对现代社会商业活动有了更深层次的解读；商业活动中对机器学习的应用需求也在不断的提高。</p> <p>通过本课程，不仅将学习到机器学习的基础理论知识，还将学习如何将相关理论应用到商业实践。课程将通过线性回归、贝叶斯决策论、逻辑回归、监督式深度学习、半监督学习、无监督学习、强化学习等理论介绍，探讨学生所关注的商业领域中机器学习问题。</p> <p>本课程根据学生的特点，采用双语教学方式，将典型应用案例、行业前沿动态、有影响力的研究成果融入到教学内容中，增强学生分析和解决商业问题的能力。</p> | 陆炜 |
| 信息与数据产业 | 商业数据科学 | <p>数据科学，是一门利用数据学习知识的学科，其目标是从数据中提取出有价值的部分来生产数据产品。它结合了诸多领域中的理论和技术，包括应用数学、统计、模式识别、机器学习、数据可视化、数据仓库以及高性能计算。数据科学通过运用各种相关的数据来帮助非专业人士理解问题。作为MBA数据分析的基础入门课，通过本课程教学，使学生拓展数据分析思路，建立最基本的数据价值思想，熟悉数据分析的基本流程（数据收集——整理清洗——探索性数据分析——数据建模），掌握商业管理决策中所需的数据分析与挖掘分析方法；熟悉与掌握利用Tableau, FineBI软件进行大规模数据可视化，具备使用IBM SPSS等统计分析软件进行数据分析和挖掘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MBA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。</p> | 李铁 |
| 信息与数据产业 | 市场信息与策略之道 | <p>通过本课程教学，使学生了解博弈论的基本概念与原理，掌握市场信息在策略中的重要作用，具备从市场获取的大数据信息中理解用户、企业决策行为以及构建竞争策略的能力。</p> | 钱宇 |

| | | | |
|---------|-----------|--|--------|
| 信息与数据产业 | 数字媒体与数字市场 | 通过本课程教学，使学生了解新兴电子商务中的各种现象与问题产生缘由，掌握用来分析/评价新兴的电子商务的方法和逻辑，具备探索新兴电子商务各种心想下的经济本质的能力。 | 袁华 |
| 信息与数据产业 | 智能交易与安全 | 本课程的先行课程为“电子商务概论”“计算机网络”等。鉴于智能交易安全的操作性比较强，理论比较讲解比较枯燥，建议该课程配合较多的实训课来完成教学。 通过本课程的学习，学生应该掌握智能交易与安全的基本常识；掌握智能交易安全的目标和体系结构；掌握智能交易安全涉及的基本技术；了解智能交易安全的常用的安全协议标准和 PKI 技术；了解移动商务安全技术及智能交易安全管理的相关知识。通过本课程的学习，将培养学生的敬业精神、团队精神、保密意识和较强的技术应用能力。 | 路应金 |
| 战略与人力资源 | 管理沟通 | 沟通是人类开展各种社会、政治和经济活动的核心，它对个人职业生涯以及组织本身的成功都具有关键性的决定作用。所以，无论是个人还是组织，都离不开沟通。沟通是所有组织管理技能中最具有挑战性的一种技能，它直接决定了管理者的管理效能。由此可见，有效的管理沟通是成功管理的基石，也是每一个管理者都应该了解和掌握的一门科学与艺术。 事实上，根据全国MBA教学指导委员会设计的MBA培养方案，《管理沟通》课程是整个MBA教学计划中非常重要的一门选修课程。但是，无论是“教”还是“学”，想要通过沟通快速达成一致却存在极大困难，因为无论作为个体还是组织，他们都有着自己的独特的背景、性格、价值观及目标。因此，在MBA《管理沟通》的课程教学中，我们将尽量压缩理论讲授的篇幅，通过大量的故事、案例和实验来帮助同学们基于沟通主体或客体来认知和审视组织内的人际沟通过程。换言之，本课程的教学定位是：学生为主，教师为辅；反思应用为主，理论学习为辅。我们相信，本课程能够为同学们提供一个在开放性的学习环境中进行全方位沟通训练并获得无偏见认知反馈的机会。基于此，同学们在学习本课程的过程中可能将有如下收获： 1、掌握管理者必须具备的核心沟通技能； 2、掌握沟通中常见的冲突处理方法与策略； 3、掌握如何应用人际沟通与组织沟通提高管理者的管理能力； 4、构建管理沟通过程中“换位思考与系统思维”的基本模式； 5、树立管理沟通过程中“尊重为先和真诚为本”的核心意识； 6、探讨新兴技术背景下的管理沟通变革对自身工作的影响。 | 刘文彬 |
| 战略与人力资源 | 绩效管理 | 通过教学系统地介绍绩效管理的全过程，使学生能从整个绩效管理循环系统中理解各个环节的作用。在各个章节中介绍绩效管理中的实际操作案例和具体的解决办法，让学生了解在实际工作中如何去做。本课程不仅希望学生能掌握绩效管理的基本技能与方法，更希望能够帮助学生理清绩效管理理念，为学生今后在实际工作中构建有效的绩效管理体系提供指导。 通过本课程的学习，学生应理解绩效管理的宗旨与目标，掌握绩效管理过程中的计划、辅导、评价、反馈、应用、完善等各个环节，熟悉绩效管理基本方法，培养绩效管理的基本技能；并在熟练掌握上述内容的基础上，应能利用有关理论和方法，分析企业绩效管理中的具体问题，制定可行的解决方案。 | 曹欢 |
| 战略与人力资源 | 领导力与团队管理 | IT和信息技术革命，尤其是移动互联网使我们的工作发生了深刻的变化，因此我们对领导和团队的本质的理解也正随之发生改变。虽然学术界和商界的一些专家普遍认为：领导是一个高效工作团队的关键要素。然而，他们并没有在什么是“领导”，“领导”应该如何完成其工作，以及究竟应该如何组建一个高效的工作团队等问题上达成一致。因此，很多员工作为个体绩效贡献者在转变为一个团队领导者之后，面临的普遍性问题就是应该怎样带领自己的团队创造高水平的工作绩效。 本课程以组织行为学和人力资源管理的相关理论为基础，旨在训练同学们运用之前所学习的基础理论和本课程所介绍的相关方法，培育其未来领导团队的核心能力。换言之，我们一方面聚焦于领导，站在领导者的角度分析团队管理的问题；另一方面聚焦于团队，着力于帮助学生们了解团队管理的过程。 | 刘文彬或陈璐 |
| 战略与人力资源 | 人才测评与职业发展 | 通过该课程的学习，学生可以掌握胜任力模型与人才测评的构建理论和方法，组织层面的职业生涯规划平台设计，以及个人职业生涯规划的理论和方法。课程目标是培养学员在胜任力和人才测评方面的应用能力和一定的研究能力，以及规划自己职业生涯，帮助和辅导下属进行职业生涯规划的能力。 | 曹欢 |

| | | | |
|-----------|------------|--|--------|
| 战略与人力资源 | 员工激励与薪酬管理 | 《员工激励与薪酬管理》课程的目的是让学生能在全程学习员工激励与薪酬管理的理论、基础技能和核心操作要领的基础上，理解激励与薪酬的关系，以及薪酬的战略意义；掌握激励体系与方法、薪酬管理的一般方法及相关技术工具；掌握薪酬管理原则与重点、难点；掌握基于员工激励的薪酬体系的诊断、调整及完善的方法；掌握因地制宜地建立合适的员工激励体系与薪酬制度；学会解决员工激励与薪酬管理中常见问题、能在企业实践中具备完善所在公司原有的激励体系与薪酬制度的管理能力。 | 陈爽英 |
| 战略与人力资源 | 职场360°关系管理 | 学生学习该课程后，能够更好地管理自己，熟悉和掌握处理与上级、同级、下属以及与组织关系的理论和方法；更好地认识和管理自己和社会网络，从而达到自我身心平衡，工作-家庭平衡，组织角色平衡，实现职业生涯目标。 | 吴继红 |
| 智慧运营与服务管理 | 供应链管理★ | 供应链管理是应用系统的科学方法对原材料供应商、制造商、分销商、零售商、外包服务提供商直到最终顾客的整个信息流、物流、资金流的全流程优化。供应链管理知识综合性较强，是一门具有挑战性的课程，其特点是将定性分析和定量分析紧密结合，并需要一定的流程知识和实践经验。学好供应链管理，应先修《运营管理》、《概率论与数理统计》、《运筹学》等基础课程。 通过本课程的学习，要求学生对应供应链管理基本框架有清晰认识，了解供应链战略与企业总体战略的逻辑关系，从总体上把握供应链管理的地位与作用。熟练运用供应链重要的模型分析工具与方法，解决制造与服务管理实践中系统性的决策问题。 | 刘蕾或胡本勇 |
| 智慧运营与服务管理 | 数字技术与服务运营★ | 本课程的教学目标旨在培养、提升MBA学员在数字时代如何运用数字技术制定与实施有效的服务战略、如何构建高效的服务运营过程、如何管理日常的服务活动、如何有效的开展服务收益管理等方面的思维、素质和技能，通过服务战略决策、服务产品开发、服务盈利模式、服务质量管理、服务流程设计、服务收益管理等课程模块，将使MBA学员充分理解服务运营的本质和独特特性，具备制定与实施数字时代有效服务运营战略的思维以及掌握提升服务运营效率的理论、方法与工具。 | 慕银平 |
| 智慧运营与服务管理 | 大数据决策分析 | 《大数据决策分析》是一门综合运筹学、统计学、机器学习、数据挖掘、决策分析等内容的方法性课程。通过本课程教学，使学生了解大数据技术在商业决策领域的应用，掌握贝叶斯决策、风险型决策分析、多属性（或指标、目标）决策、模糊多属性决策、多属性群体决策、模糊多属性群体决策、层次分析法、数据包络分析、马尔科夫决策等，并能运用软件结合这些方法解决实际问题。 | 李登峰 |
| 智慧运营与服务管理 | 电子商务物流管理 | 《电子商务物流管理》是MBA供应链与电子商务方向的主干课程之一。本课程在电子商务环境下，以物流管理过程和物流管理活动为主线，对电子商务物流管理的概念、基本理论和相关的业务知识做了全面系统的讲解，并结合实际案例对国内外的电子商务物流管理进行了比较详细的说明。课程主要从电子商务与现代物流的关系入手，突出电子商务和物流的结合，系统介绍电子商务环境下如何开展现代物流管理。课程希望理论与实践相结合，使电子商务专业的学生在掌握扎实理论知识的基础上，具备物流管理的初步能力，并能够将其很好地应用在电子商务领域。此外，课程将结合新兴的电子商务模式和技术，探讨未来电子商务下物流管理的发展趋势。 | 赵明 |
| 智慧运营与服务管理 | 供应链金融 | 围绕工商管理学生的综合素质培育和管理能力提升，本课程将全面介绍供应链金融概念、供应链金融原理、供应链金融模式、以及风险管理等内容，综合运用管理科学、经济学、供应链管理等理论与方法，培养学生的全球思维、理论分析方法和解决实际问题的能力。 本课程将融入丰富的专门案例分析，进一步拓展学生的管理思维，培育系统分析和解决实践问题的能力，实现全球供应链资源的全面融合。 通过本课程的学习，使学生系统掌握供应链金融的原理、理论方法、以及实际运作技术，进一步融汇电子商务、信息管理、物流管理、金融服务、风险管理等知识体系，全面提升学生的全球战略思维，培养学生的供应链金融模式创新、金融风险与评价等综合能力，增强学生应对全球经济环境下的管理能力与领导能力。 | 田江 |

| | | | |
|-----------|-----------------------|---|--------|
| 智慧运营与服务管理 | 平台化运营模式创新与管理 (1学分) | <p>当前，平台商业模式已改变了当今企业的商业行为与人们的生活方式。许多企业借助平台概念，利用先进的移动互联网和物联网技术，打造了各具特色的平台生态圈，并取得巨大的成功。平台商业模式是指连接两个或多个特定群体，为他们提供互动机制，满足所有群体需求，平台从巧妙盈利的商业模式。然而，企业作为平台商业模式的主体或者参与者，如何创新变革其内部运营模式，使其能在平台生态圈中发挥其相应作用，并能优化平台企业的运营绩效是目前平台化企业面临的主要困境。</p> <p>本课程将从平台生态圈的视角，基于平台战略、数据科学和运营优化决策等相关理论与工具，对平台化企业运营管理的主要创新模式、管理流程以及决策优化等相关内容进行课堂教学、案例分析和数据分析演练，使理论和实践能得到有效的结合。通过本课程的学习，使学生了解平台化企业运营模式创新与管理的基本内容和流程，对平台化运营模式有更深刻的理解，系统掌握相关运营决策的方法和工具，初步具备实施开展企业平台化运营的策划和实施能力。</p> | 晏鹏宇 |
| 智慧运营与服务管理 | 企业管理沙盘模拟 | <p>本实训课程的主要目的是为了帮助学生了解企业运作的过程，各个职能的职责；理解企业经营决策与经营过程和经营成果之间的联系；通过经营过程和经营成果的分析，找出企业经营成功和失败的经验教训。锻炼学生的决策能力、经营能力、组织能力和领导协调能力，达到全面提高学生企业经营管理素质和能力的目的。</p> | 夏远强 |
| 智慧运营与服务管理 | 企业新产品开发项目管理 | <p>产品开发的成功与否，常常会决定企业未来的走向，对那些依赖产品开发的创业型企业，更是生死攸关。管理产品开发的过程，本质上是一个项目管理过程，项目管理因其特殊性和自身的规律，其系统管理模式和方法的研究备受产业界与学术界的关注。</p> <p>产品的成功，意味着要面严峻的市场考验，这反映在产品从构想、论证、立项到最后产品开发成功上市营销的整个流程中。在产品开发过程中，需要面对因使用新技术、新工艺而导致的的不确定性，这表现在大量的设计、反馈、修改这样的迭代之中，这些迭代，一方面是创新的源头，一方面也可能导致产品开发项目的延误，甚至失败。市场与不确定性，是产品开发项目较为明显的特点。</p> <p>课程以《项目管理知识体系指南》（PMBOK）作为指导体系，介绍项目管理的基本方法与流程，在此基础上，结合产品开发的特点，对产品开发类项目的关键、特征问题，进行分析与研讨。采用课堂教学和案例分析的方式，使理论和实践得到有效结合。</p> <p>通过本课程的学习，学生可以对项目管理，以及对产品开发类项目管理，有较为深入认识，掌握项目管理的一般方法，能参与产品开发项目的策划与实施。</p> | 雷鸣 |
| 其他选修 | 宏观经济与政策环境 | <p>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。</p> | 尹宇明或丁亚 |
| 其他选修 | 互联网+传统企业转型 | <p>互联网作为一种通用目的技术，和100年前的电力技术，200年前的蒸汽机技术一样，将对人类经济社会产生巨大、深远而广泛的影响。所谓“互联网+”就是指，以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）在经济、社会生活各部门的扩散、应用过程。本课程承接“互联网+”的时代背景，专注于解读传统企业在拥抱互联网的过程中遇到的困惑，并提供一套整体性的思维方式与解决方案。本课程深入分析并完成以下内容的讲授：1）互联网的技术、经济与社会背景的本质；2）围绕市场的传统企业的价值链结构；3）互联网+传统行业的基本作用机制；4）互联网+传统企业的基本过程；5）传统企业的“互联网+”转型过程。</p> <p>本课程开发主要针对传统企业在互联网或“互联网+”的转型过程中遇到的现象、困惑与陷阱，结合企业战略、组织演变和组织转型等理论基础，从现实背景、问题分析、思路阐释与管理实务等角度，课程系统性地解读传统企业在“互联网+”背景下的转型过程。在前期《商业模式设计》、《信息时代商业模式创新》和《大数据时代的商业模式创新》等课程开发与讲授的基础上，完整开发32学时的《互联网+与传统企业转型》的课程。课程让学生能够深入透析互联网+与传统企业融合的基本原理，掌握互联网+背景下传统企业转型的机理、步骤和实施的路径与方法。</p> | 杜义飞 |

| | | | |
|------|----------|--|--------|
| 其他选修 | 企业法律风险管理 | 本课程立足中国现行法律体系及其具体法律、法规和政策文本，结合企业运营实践和经典案例，重点讨论合同的订立和履行，合同设立和运营，市场竞争规则与反垄断等过程中存在的法律风险，并有针对性地给出相应的防范和控制策略。不仅如此，本课程还给出了企业法律风险内控制度和流程设计，旨在提高企业经营管理人员事前防范法律风险、事中应对和控制法律风险的能力。 | 肖延高或冯薇 |
|------|----------|--|--------|