



西安理工大学
XI'AN POLYTECHNIC UNIVERSITY

学术型硕士研究生 培养方案及课程教学大纲

学科代码：1202

学科名称：工商管理

培养单位：管理学院

研究生院

二〇一八年十二月

目 录

1. 国务院学位委员会《工商管理一级学科硕士学位基本要求》	1
2. 工商管理（1202）研究生培养方案	5
3. 工商管理课程教学大纲	11
《高级管理学》	11
《中级经济学》	13
《高级数理统计 I》	15
《战略管理》	17
《管理研究方法》	19
《创新管理（II）》	22
《行为经济学》	24
《组织与人力资源管理理论前沿》	26
《组织沟通研究》	28
《高级会计学》	30
《现代企业理财学》	32
《营销管理》	36
《知识管理》	39
《薪酬与绩效管理》	41
《高级管理会计》	43
《资本运营与纳税筹划》	46
《博弈论》	49
《国际人力资源管理案例》	51
《管理学前沿》	53
《经济学前沿》	55
《社会网络分析》	57

《人力资源开发与管理》	60
《企业制度与公司治理》	62
《会计与财务理论前沿》	64
《INTERNATIONAL MANAGEMENT》	66
《劳动关系研究》	71
《实证会计理论专题》	74
《管理思想与哲学》	77
《服装市场研究》	80

国务院学位委员会

工商管理一级学科硕士学位基本要求

学科代码：1202

第一部分 学科概况和发展趋势

工商管理学科是以社会微观经济组织为主要研究对象，系统地研究其管理活动及决策的一般方法和普遍规律的科学。由于工商管理学科的主要研究对象是由人组成的社会微观经济组织，兼具自然属性和社会属性，因此，工商管理学科各领域的研究同时具有人文属性和科学属性。从学科基础、研究方法和研究内容来看，工商管理学科是以经济学和行为科学为理论基础，以统计学、运筹学等数理分析方法和案例研究方法为分析手段，以企业的公司治理、生产运营、物流配送、组织行为与人力资源、财务与会计、市场营销与品牌创建、管理信息系统与互联网技术应用、技术创新与管理、战略管理、服务管理等职能管理为主要研究领域，探讨和研究企业内部产品或服务设计、采购、生产、运营、投资、理财、营销、战略发展等管理决策的形成过程、特征和相互关系，以及企业作为一个整体与外部环境之间的相互关系，并从中归纳和总结出旨在提高企业经营管理效率和社会效益的管理原理、管理规律以及管理方法和技术。

工商管理学科发展不过百余年历史。在发展初期，工商管理学科借用了包括经济学、心理学、社会学、工程科学等其他相对成熟学科的概念、方法与理论。随着学科发展，工商管理学科开始形成独立于其他学科的概念与知识体系、研究方法与手段、知识传播与学术对话平台，并形成学科独特的研究与发展范式，学科的研究内容与发展方向也随着时代发展而不断更新和拓展。从学科的特点和发展历程来看，工商管理学科未来的发展趋势主要体现为：

第一，未来世界经济、政治、文化与技术环境的发展变革将更加频繁，工商管理学科的研究内容、理论与技术也未必将随之不断地发展与完善。

第二，随着自然科学、工程科学和社会科学研究的深入开展，工商管理学科作为一门交叉性学科，将不断出现一些新的研究方向和领域。现代自然科学与社会科学的深入研究将进一步为工商管理学科的研究提供新的方法、技术与思维范式，从而提升管理学研究的水平并有可能导致管理学理论的创新，同时，其他学科的研究成果，以及工商管理学科研究成果在管理实践中的应用，也可能引起组织内部以及组织之间的关系、行为的深刻调整，从而为工商管理研究开拓新的研究领域。

第三，企业组织类型的复杂化和动态化为工商管理学科研究提供了丰富的素材，特别是中国社会正处在经济结构调整和转型的关键时期，而中国企业的全球化过程同时将催生出一系列新的管理现象与管理问题，这些新的管理现象与管理问题也将成为本学科新的研究对象。这些新的研究对象、

管理现象和问题对工商管理学科的研究提出了新的需求。因此，立足中国实践，提出适合中国本土的管理学理论成为工商管理学科发展的另一个重要趋势。

第二部分 硕士学位的基本要求

一、获本学科硕士学位应掌握的基本知识

工商管理学科硕士生的培养目标是：(1)具备扎实的管理学基础理论；(2)善于运用管理学的相关理论和方法分析、研究和解决工商管理的理论或现实问题，并展现一定的理论或实践创新能力；(3)具有从事工商管理实践问题的应用研究或企业的管理实践工作的能力。

因此，工商管理学硕士生应掌握的基本知识结构如下：

(1)系统和深入掌握工商管理学科的基础理论和专业理论体系，并掌握管理的理论研究和应用研究的基本方法，善于理论联系实际，解决工商管理理论或实践中的重要问题。

(2)系统、深入地理解与掌握某专业领域的理论、方法及其应用，把握该领域的主要研究问题和国内外研究现状，并熟练应用管理学的相关研究的方法或工具，包括理论模型、实证研究和应用研究，开展相关的学术研究，并形成独到的学术见解。

(3)具有较强的外语能力，能比较熟练地运用一种主要外语阅读本学科文献，能比较熟练地运用一种主要外语进行交流，并撰写规范和高质量的学术论文。

二、获本学科硕士学位应具备的基本素质

1. 学术素养

(1)具有综合人文素质，掌握基本哲学原理，了解本学科的相关知识和研究伦理，树立科学世界观和掌握系统方法论，尊重客观事实，遵循客观规律，遵守研究伦理，维护知识产权，保持严谨的求是风格。

(2)对工商管理学科抱有积极的求知欲望、较强的创新精神和严谨的科研作风，拥有严密的思维能力、较强的创新能力和良好的合作精神，具备人际交流、信息获取、知识更新和终身学习的能力。

(3)扎实掌握专业基础理论与系统的工商企业管理理论、方法和技能，熟悉相关学科知识，拥有较强的实践能力和应变能力，能正确运用管理理论与方法、信息技术、定性定量相结合的系统分析方法和相应的技术方法等解决管理方面的实际问题。

(4)具有坚实的管理与经济理论基础，能够跟踪、了解本学科发展前沿与学术动态，掌握科学的研究方法和技能，具备一定的研究视野，具有一定的科研能力，能从事本领域的相关理论研究。

(5)具备较强的语言文字表达能力，熟练掌握一门外语，能比较熟练地运用一种主要外语阅读本学科国内外研究文献和进行口头或书面交流，能熟练正确地运用一种主要外语撰写学术论文。

2. 学术道德

工商管理学科硕士生应当恪守学术规范，讲究学术道德，坚守学术诚信，完善学术人格，修身正己，忠于真理，学风严谨，尊重他人劳动成果，杜绝抄袭剽窃，杜绝弄虚作假，反对一稿多投，反对粗制滥造和重复研究，抵制学术不端行为，养成优良的学术道德。

三、获本学科硕士学位应具备的基本学术能力

1. 获取知识的能力

能熟练查阅和使用工商管理学科重要的相关学术期刊和数据库，理解和掌握工商管理学科的现状、问题和发展趋势；具备基本的文献搜集、整理和评析能力；扎实掌握工商管理学科规范的、常用的科学研究方法。

2. 科学研究能力

深入了解和认识工商管理学科已有的研究成果，掌握工商管理所属研究领域的相关理论和研究方法，善于理论联系实际，善于提炼科学问题，在导师的指导下，独立或合作开展理论或应用研究，研究成果具有一定的理论价值或应用价值。同时善于以学术论文、研究报告或口头方式，清晰表达自己的学术观点，展现研究成果。

3. 实践能力

通过实习或项目研究，深入实际部门或企业，注重观察、跟踪和总结管理实践中面临的问题，并运用管理理论和研究方法对此开展研究，以提出有价值的政策性建议，并能够胜任某一相关管理岗位的管理实践工作。

4. 学术交流能力

具备基本的学术交流能力，能在自己研究的领域，无障碍地与其他研究者进行沟通交流。一方面，具备简明、清晰、系统地表达自己的学术观点和学术思想的能力；另一方面，具备撰写规范的学术论文、项目研究报告和案例分析报告的能力。

四、学位论文基本要求

1. 规范性要求

工商管理学科的硕士学位论文必须是一篇系统、完整和规范的学术论文。硕士生应该在导师的指导下独立完成学位论文，不得抄袭和剽窃他人成果。学位论文的选题必须具有一定的理论意义和现实意义。学位论文的研究主题明确，结构合理，层次分明，资料翔实、充分、可靠，研究方法规范，分析和论证逻辑严谨，文字流畅，格式规范，结论不仅应具有一定的可靠性和稳定性，还应具有一定的理论价值或应用价值。

硕士学位论文一般主要由封面、独创性声明及版权授权书、中文摘要及关键词、英文摘要及关键词、目录、插图和附表清单、主要符号表、引言、正文、参考文献、致谢、附录和作者简介等部分组成并按先后顺序排列。

硕士学位论文的格式必须规范化和标准化。标题应简明扼要、重点突出，各类标题层级分明；正文必须文字表达流畅，避免使用文学性质的或带感情色彩的非学术性词语，排版整齐规范；图表和公式标准；参考文献齐全并按标准编排；论文中如出现非通用性的新名词、新术语、新概念，应作相应解释。

2. 质量要求

选题有一定的新意，具有理论意义和现实意义。能够通过广泛阅读国内外研究文献，把握本领域国内外学术动态和前沿问题，或管理实践中的主要问题，以独特的研究视角，提炼和明确研究的主要问题，预期的研究成果具有一定的理论贡献和应用价值。

学位论文所使用的资料和数据必须系统、翔实、可靠，分析和研究逻辑清晰，研究方法规范且科学，即论点明确、论据充分、分析有序、论证严密、图表和公式标准、语言表述严谨、文笔流畅、格式规范，体现研究选题、研究思路、研究设计、研究数据、研究方法和研究结论的有机统一，体现硕士生善于提炼科学的研究问题，具有文献总结评析，数据收集、计算和处理，研究方法运用，观点综合分析，以及结论严密论证的科研工作能力。

学位论文体现出硕士生在本学科已具备坚实的理论基础和系统的专业知识，在管理理论或实践的研究中，有一定程度的创新能力，较好地解决工商管理学科或企业管理中的某一具体理论或实际问题，论文成果具有一定的理论价值和实践价值。

西安工程大学

学术型硕士研究生培养方案

学科名称：工商管理

学科代码：1202

一、培养目标

本学位点根据国家和陕西地区经济社会发展需要以及纺织行业科技发展趋势，结合西安工程大学的发展定位，制定人才培养总体目标：

（1）坚持“厚基础、重实践、宽视域、高素质、善创新”的培养理念，培养的研究生应具有较强的社会责任感、良好道德品质和学术修养；

（2）具有比较扎实的经济学和管理学理论基础；掌握定量和定性的分析方法和数据处理技术；

（3）善于运用管理学的相关理论和方法分析、研究和解决工商管理的理论或现实问题；具有科研兴趣和严谨的科研作风，了解本专业学术前沿和研究动态，善于提炼学术科学研究问题，具有一定的学术创新研究能力；

（4）能够在企业、政府、高等学校等机构独立从事管理科学研究、实践与教学等工作的高层次专门人才。

具体目标：

（1）能够进行企业的投融资分析与管理，从事技术管理工作、科研机构 and 高等院校的科研工作与教学工作，或政府有关部门与咨询机构的高层次管理工作的复合型人才；

（2）能够用定量与定性方法独立分析和解决实际管理问题，并具有较强的调查研究及计算机应用能力进行现代企业管理和人力资源管理的高层次人才；

（3）具有理论分析、科学研究及创新能力，能解决与本学科有关的实际问题，具备从事科学研究、教学工作或独立承担专门技术工作能力的高级财务、会计人才。

二、学科简介及研究方向

（一）学科简介

自 20 世纪 80 年代我校设立工业管理工程系以来，工商管理学科历经近三十年发展，现已形成比较完整的工商管理学科体系，目前共有工商管理一级学科硕士学位授权点以及企业管理、会计学、技术经济及管理 3 个二级学科硕士学位授权点，也已形成相对完善的教学科研体系和研究生培养体系。工商管理一级学科与经济学、行为科学、社会科学等学科交叉渗透，注重国内外学术交流，立足陕西和西部地区经济可持续发展的需要，力求创新工商管理专业人才的培养模式。在学科发展与人才培育中形成一系列优势和特色：

(1) 注重跨学科交叉渗透发展。学术带头人和学术骨干在经济学、行为科学、社会科学等领域具有丰富的学术积累,注重用交叉学科的思维,开展多维度研究。

(2) 注重借鉴国际经验创新人才培养模式。与香港理工大学联合培养服装与纺织品(服装营销策划)文学硕士,以“中国特色与国际化发展接轨”为理念,依托双方合作院校在纺织服装领域的教育资源优势,提升我校工商管理专业人才培养模式的国际化水平。

(3) 立足西部经济发展,重视应用研究。着眼陕西及西部地区经济发展和丝绸之路经济带等领域,着力开展解决企业管理、产业发展中现实问题的应用型研究。

(二) 研究方向

本学科硕士点紧紧围绕创新管理、组织与人力资源管理、会计与公司理财等核心方向展开学科研究和硕士人才培养。

(1) 创新管理

该方向是由经济科学、管理科学与技术科学相互交叉和渗透而形成的一门综合性应用学科。具体研究内容包括:科技创新管理、科技园区创新发展、科技创新政策、科技创新与区域(行业)互动关系及科技创新系统等。

(2) 组织与人力资源管理

该方向系统研究个体、群体、整个组织及其外部环境相互作用下的行为规律和管理策略。具体研究内容包括:薪酬公平与员工激励、员工积极行为、员工职业发展、组织理论与组织文化、高绩效人力资源实践、企业劳动关系管理等。

(3) 会计与公司理财

该方向注重培养学生具有会计、财务管理专业知识能力,能在企事业单位及政府部门从事会计实务操作以及教学、科研工作的高级专门人才。具体研究内容包括:纺织服装企业成本管理会计、财务会计与公司理财、企业税务筹划等

三、培养年限

学术型硕士研究生学制为3年,最长学习年限不超过5年。

四、培养方式

(一) 学术型硕士研究生采取课程学习和论文研究工作相结合的培养方式。课程学习时间原则上不超过1年,论文研究时间不少于1.5年。

(二) 学术型硕士研究生培养实行导师负责制,鼓励采取导师负责与指导小组集体培养相结合的方式。导师应全面负责研究生的专业教育,同时应协同相关组织做好研究生的思想品德与政治素质培养。

(三) 全日制学术型硕士研究生采取在校脱产学习方式。非全日制学术型硕士研究生可根据实际情况,既可采取在校脱产学习方式,也可采取进校不离岗、不脱产的学习方式。

五、学分要求与课程设置

学术型硕士研究生的课程学习实行学分制，具体课程模块及学分设置如下。

工商管理学科学术型硕士研究生课程设置

课程类别		课程名称	课程编码	开课学期	学分	学时	考核方式	备注
学位课 ≥18	公共课	综合英语	19091001-1	1	3	54	考试	四选一
		科技英语阅读与翻译	19091001-2	2	2	36	考试	
		学术英语论文写作	19091001-3	2	2	36	考试	
		国际学术交流英语	19091001-4	2	2	36	考试	
		跨文化交际	19091001-5	2	2	36	考试	
	专业课	中国特色社会主义理论与实践研究	19101002	2	2	36	考试	
		马克思主义与社会科学方法论	19101001	1	1	18	考试	
		高级管理学 Advanced Management	19052101	1	2	36	考试	平台课
		中级经济学 Intermediate Economics	19052102	1	2	36	考试	
		高级数理统计 I Advanced Mathematical Statistics I	19052103	1	2	36	考试	
专业课	战略管理 Strategic Management	19052108	1	2	36	考试	方向课	
	管理研究方法 Management Research Methodology	19052106	1	3	54	考试		
非学位课 ≥9	专业选修课	创新管理（II） Innovation Management	19052151	2	2	32	考试	方向 1 必选
		行为经济学 Behavioral Economics	19052114	2	2	32	考试	
		组织与人力资源管理理论前沿 Frontier Theory of Organizational Behavior and Human Resource Management	19052147	2	2	36	考查	方向 2 必选
		组织沟通研究 Organizational Communication Research	19052116	2	2	36	考试	
		高级会计学 Advanced Accounting	19052117	2	2	36	考试	方向 3 必选
		现代企业理财学 Modern Corporate Finance	19052104	2	2	36	考试	
		营销管理 Marketing Management	19052137	2	2	36	考试	公选课
		知识管理 Knowledge Management	19052138	2	2	32	考试	
		薪酬与绩效管理 Compensation and Performance Management	19052124	2	2	36	考试	

课程类别		课程名称	课程编码	开课学期	学分	学时	考核方式	备注
非学位课 ≥9	专业选修课	高级管理会计 Advanced Management Accounting	19052112	2	2	36	考试	
		资本运营及纳税筹划 Capital Operation and Tax Planning	19052126	2	2	36	考查	
		博弈论 Game Theory	19052134	2	2	36	考试	
		国际人力资源管理案例 Case Study of International Human Resource Management	19052142	2	2	36	考查	
		管理学前沿 Frontier of Management	19052128	2	1	18	考查	
		经济学前沿 Frontier of Economics	19052160	2	1	18	考查	
		社会网络分析 Social Network Analysis	19052143	2	2	36	考查	
		人力资源开发与管理 Human Resource Development and Management	19052120	2	2	36	考试	
		企业制度与公司治理 Enterprise System & Corporate Governance	19052144	2	2	36	考试	
		会计与财务理论前沿 Frontiers of Accounting and Financial Theory	19052145	2	2	36	考查	
		International Management （国际管理）	19052161	2	2	36	考查	
		劳动关系研究 The Study of Labor Relations	19052146	2	2	36	考试	
		实证会计理论专题 Positive Accounting Theory Special Subject	19052129	2	2	36	考试	
		管理思想与哲学 Management Thought and Philosophy	19052127	2	2	36	考查	
		服装市场研究 Clothing market research	19052164	2	2	36	考查	
必修环节 (3 学分)		科研与学术活动			2	提交报告单		
		教学与社会实践			1	提交考核单		
前置课程		技术经济与管理			跨学科或以同等学力考入本专业的研究生需选择任意两门课程进行补修。			
		管理学原理						
		人力资源管理						
		中级财务会计						
		财务管理学						

六、培养环节

（一）论文开题

硕士研究生的开题环节在第三学期中期前完成，其中文献阅读量要求不少于 50 篇（其中外文文献应不少于 20 篇，近三年文献不少于 15 篇）。

论文选题必须符合本学科的培养目标要求，来源于社会经济发展实际或企业管理发展的实践领域，选题应具有高起点、新视角以及前沿性，要具有一定的理论价值和应用价值。鼓励研究生深度参与导师课题，以课题研究为基础进行论文选题。

开题报告内容应包括文献综述（5000 字左右）、选题意义、研究内容、研究方案、研究进度安排、预期达到的水平、存在问题等。

论文开题以学院统一组织，所在学科负责组织、实施。

（二）中期考核

硕士研究生的学位论文中期检查一般在第四学期末完成，中期检查的主要内容为：论文工作是否按开题报告预定的内容及进度进行；已完成的研究内容及结果；目前存在的或预期可能会出现的问题；论文按时完成的可能性等。

七、学位论文

根据《一级学科博士、硕士学位基本要求》以及《西安工程大学硕士学位授予工作实施细则》，本学科学位论文的规范性要求和质量要求就达到如下水平；

（1）学位论文的基本科学论点、结论和建议，应在学术上有一定的理论意义或对社会经济建设具有一定的实际应用价值。

（2）能反映出作者综合运用基本理论知识和基本技能，分析和解决论文所涉及的问题；观点明确，论证合理，逻辑性强。

（3）能反映出作者掌握本研究课题的研究技能和方法。

（4）能反映出作者对所研究的课题在理论分析、研究方法、设计计算及研究结论等某一方面具有新的见解、改进和创新。

（5）学位论文必须附有中、英文论文摘要。

八、毕业及学位授予

研究生通过硕士学位课程考试获得规定的学分，通过学位英语考核，通过学位论文答辩，成绩合格，达到西安工程大学规定的研究生在校期间科研工作的基本要求，没有还未解除的严重警告及其以上处分，经西安工程大学学位委员会评定，可授予学位。具体要求如下：

（1）热爱祖国，政治立场坚定，拥护党和国家的方针和政策，积极参加各项政治活动，遵纪守法，遵守校纪校规。

（2）通过学位课、选修课的学习及科学研究过程的训练，熟悉本学科的发展规律，拥有坚实的

理论基础、科学思维和逻辑推理能力，掌握管理基本理论和基本方法，能够从事本领域科学研究工作或相关管理工作。

（3）掌握一门外国语，具有较熟练的外文阅读理解能力、一定的翻译写作能力和基本听说能力，能够查阅学科领域内国外文献，进行国际学术交流，在校学习年限内学位英语成绩合格。

（4）修满的课程总学分不低于 30 学分，其中学位必修课不低于 18 学分，非学位课不低于 9 学分，必修环节 3 学分含科研与学术活动 2 学分和教学与社会实践 1 学分。跨学科或以同等学力考取的硕士研究生必须补修本专业本科两门专业基础课。

（5）论文开题、中期检查全部合格，预答辩、论文评审及论文答辩全部通过，培养计划、开题报告、中期检查报告、学位论文等环节规范、严谨。培养环节各时间节点符合西安工程大学相关规定的要求，在校学习年限没有超过西安工程大学相关规定。

（6）学位论文符合《西安工程大学硕士学位论文撰写规范》。

（7）满足《西安工程大学管理学院学术型研究生毕业学术成果要求》。

九、其它

本培养方案自 2019 级研究生开始执行。

西安工程大学

研究生《高级管理学》课程教学大纲

一、课程中文名称：高级管理学

课程英文名称：Advanced Management

二、课程编码：19052101

课程类别：☒必修课 ☐选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：1 考核方式：考试

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理

五、预备知识要求

在学习本门课程之前，要求学生完成《管理学原理》、《概率论与数理统计》等先修课程，掌握现代管理学相关理论与知识。

六、使用教材（讲义）

《管理学—全球化与创业视角》，海因茨·韦里克，马克·V·坎尼斯，哈罗德·孔茨著，马春光译，经济科学出版社，2011

参考书目：

- 1.《管理学—原理与方法》，周三多，陈传明，贾良定编著，复旦大学出版社，2014
- 2.《管理学》，斯蒂芬·P·罗宾斯，玛丽·库尔特著，刘刚译，中国人民大学出版社，2017
- 3.《高级管理学教程及学习指导》，赵西萍，高等教育出版社，2002
- 4.《现代企业管理原理》，郭伟等，吉林人民出版社，2003

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：郭伟 教授

辅讲教师姓名及职称：姜铸 副教授

八、课程简介

高级管理学是由管理基础、管理职能和相关案例分析三部分组成。

通过本课程的学习，要求学生系统掌握管理学的基本理论和一般方法，掌握管理活动中计划、组织、领导和控制职能的有关概念、原理和方法，了解管理思想史；同时，注重培养学生的自主学

习能力，通过课外阅读和学习相关文献资料，加深对课程的理解，并能时刻关注管理学理论及方法的最新发展态势。

九、教学目标

本课程以课堂授课为主，同时注重案例教学和情境教学，培养学生分析、研究管理学基本原理与理论的能力，提升学生的综合管理能力和实践操作技能。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	管理学：科学、理论和实践	理论课
2	4	管理与社会：外部环境、社会责任和伦理道德	理论课
3	4	全球化管理、比较管理与质量管理 相关案例分析	理论课 研讨课
4	4	计划精要和目标管理	理论课
5	4	决策	理论课
6	4	相关案例分析	研讨课
7	4	组织	理论课
8	4	领导与激励 相关案例分析	理论课 研讨课
9	4	控制系统和控制过程	理论课
合计	36		
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《中级经济学》课程教学大纲

一、课程中文名称：中级经济学

课程英文名称：Intermediate Economics

二、课程编码：19052102

课程类别：[√]必修课 []选修课

三、总学时：36 学分数：2

开课学期：1 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理、管理科学与工程、社会发展与公共政策、新经济金融工程

五、预备知识要求：初级经济学、高等数学

六、使用教材

《微观经济学：现代观点》（第九版），哈尔·R·范里安，格致出版社，2015年1月

《宏观经济学（第九版）》，N·格里高利·曼昆，中国人民大学出版，2016年8月

参考书目：

《微观经济学(第8版)》，罗伯特·S·平狄克，中国人民大学出版社，2013年6月

《微观经济理论:基本原理与扩展(第11版)》，克里斯托弗·斯奈德，沃尔特·尼科尔森，北京大学出版社，2015年8月

《宏观经济学（第十二版）》鲁迪格·多恩布什，斯坦利·费希尔，理查德，中国人民大学出版社，2017年2月

《全球视角的宏观经济学》，杰弗里·萨克斯，费利普·拉雷恩，格致出版社，2012年12月

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：杨帆 讲师

辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

中级经济学是一门研究市场经济制度下资源配置和资源利用的学科，是经济管理类专业的基础课。该课程由微观经济学和宏观经济学两部分构成。其中，微观经济学通过对个体经济单位的

经济行为的研究，说明现代经济社会市场机制的运行和作用，以及改善这种运行的途径。宏观经济学是以整体国民经济为研究对象，通过研究经济中各有关总量的决定及其变化来说明资源如何才能得到充分利用，并揭示国民经济整体的长期发展趋势和短期波动背后的成因。

九、教学目标

在本科《初级经济学》知识背景的基础上，本课程结合运用微积分等数学工具，进一步深入讲授微观和宏观经济学的相关理论框架，并适当结合实际经济问题，启发学生获得分析和解决实际经济问题的兴趣和思路，初步了解经济理论分析的基本建模方法。较本科教学，研究生教学偏重于强化经济学思维方式，培养分析研究经济问题的能力。通过学习，要求学生能够熟练掌握经济学基本理论、分析方法和工具，并能够比较准确地分析和认识经济现象和经济问题，对相关的经济政策也有所了解。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第一讲 导论	课堂讲授与研讨
2	4	第二讲 消费者理论 2.1 2.2 2.3 2.4	课堂讲授与研讨
3	4	第二讲 消费者理论 2.5 2.6 2.7 2.8	课堂讲授与研讨
4	4	第二讲 消费者理论 2.9 2.10 2.11	课堂讲授与研讨
5	4	第三讲 生产者理论 3.1 3.2 3.3 3.4	课堂讲授与研讨
6	4	第三讲 生产者理论 3.5 3.6 3.7	课堂讲授与研讨
7	4	第四讲 一般均衡理论	课堂讲授与研讨
8	4	第五讲 经济增长理论	课堂讲授与研讨
9	4	第六讲 经济波动理论	课堂讲授与研讨
合计	36		
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0 学时			

西安工程大学

研究生《高级数理统计 I》课程教学大纲

一、课程中文名称：高级数理统计 I

课程英文名称：Advanced Mathematical Statistics I

二、课程编码：19052103

课程类别：☒必修课 ☐选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：1 考核方式：考试

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：概率论、数理统计

六、使用教材（讲义）

自编讲义

参考书目：

- 1.《应用回归分析》第四版，何晓群等，人大出版社，2015
- 2.《多元统计分析》第四版，何晓群，人大出版社，2015
- 3.《结构方程模型：方法与应用》，王济川等，高等教育出版社，2011

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：丁 冬 副教授

辅讲教师姓名及职称：张庆庆 讲 师

八、课程简介

本课程为管理学科的平台课。内容包括统计的基本问题、回归分析、主成分分析、因子分析以及结构方程模型。本课程既具有较深和较广的理论基础，同时具有较强的应用性。

九、教学目标

通过本课程的学习，使学生掌握回归分析、主成分分析、因子分析以及结构方程模型的基本方法，深入理解统计思想与统计分析方法，提高解决问题的能力，为学生进入理论研究领域和实际应用领域打下坚实的基础。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	参数估计，假设检验	讲授
2	4	似然比检验，假设检验的应用	讲授、讨论
3	4	线性回归，变量选择	讲授
4	4	广义线性模型	讲授
5	4	主成分分析	讲授
6	4	因子分析	讲授
7	4	应用	讨论
8	4	SEM 模型表达，模型识别	讲授
9	4	模型估计，模型拟合，模型修正	讲授
合计	36		
其中理论课课时：30 研讨课课时：6 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《战略管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：战略管理

课程英文名称：Strategic Management

二、课程编码：19052108

课程类别：☒必修课 ☐选修课

三、总学时：36 学分数：2
开课学期：1 考核方式：考试

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：应先修习管理学、市场营销管理等课程

六、使用教材

1. 《战略管理：思维与要径》，黄旭，机械工业出版社，2007
2. 《战略管理：竞争与全球化》，迈克尔 A. 希特，机械工业出版社，2009
3. 《企业战略管理》，蓝海林，科学出版社，2013
4. 《战略管理：流程、方法与工具》，刘平，机械工业出版社，2011

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：郭伟 教授 张克英 教授

八、课程简介

战略管理是是一门理论性与应用性均较强的课程，是工商管理专业必修的专业核心课。本课程的目的是通过理论讲授、案例分析以及项目研究，系统地介绍了企业战略的基本构成和分析思路，使学生在掌握企业战略管理基本流程的基础之上，树立战略的思想和思维方式，培养和提升学生的战略性思维能力，为今后的规划编制、战略分析奠定扎实基础。

九、教学目标

本课程的教学目的在于培养和提升学生的战略性思维能力，使其能从高层管理者的视角看待企业面临的环境挑战及各项经营管理问题。通过学习本课程，学生将了解战略管理中战略分析、战略选择、战略评价和战略实施各阶段的主要工作内容及其方法，进而在熟练掌握上述内容的基础上，

能利用有关理论和方法，分析企业战略管理中的具体问题，并能够提出初步的解决方案。学生通过学习战略制定和实施的基本理论和方法，提高战略决策和实践能力，成为面向 21 世纪并适应中国企业管理实际的新型管理人才。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第 1 章 战略管理导论	课堂讲授
2	4	第 2 章 战略导航	课堂讲授
3	4	第 3 章 外部环境分析	课堂讲授、讨论
4	4	第 3 章 外部环境分析	课堂讲授、讨论
5	4	第 4 章 内部环境分析	课堂讲授、讨论
6	6	第 5 章 战略态势	课堂讲授、讨论
7	4	第 6 章 业务层战略	课堂讲授、讨论
8	4	第 7 章 战略选择的方法	课堂讲授
9	4	第 8 章 战略实施	课堂讲授
合计	36		
其中理论课课时：30 研讨课课时：6 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《管理研究方法》课程教学大纲

一、课程中文名称：管理研究方法

课程英文名称：Management Research Methodology

二、课程编码：19052106

课程类别：☒必修课 ☐选修课

三、总学时：54 学分数：3
 开课学期：1 考核方式：考试

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：管理学、统计学

六、使用教材（讲义）

1. 《管理研究方法论》，李怀祖，西安交通大学出版社，2012
2. 《社会研究方法》，风笑天，中国人民大学出版社，2013
3. 《社会研究方法》（第十一版），艾尔·巴比，邱泽奇译，华夏出版社，2009
4. 《内容分析法——媒介信息量化研究技巧》，（美）里夫，（美）赖斯，（美）菲克著，嵇美云译，清华大学出版社，2010
5. 《质性研究方法及应用——实证主义视角》，杨雪燕，罗丞编著，西安交通大学出版社，2015
6. 《论方法，社会学调查的本土实践与升华》，潘绥铭，黄盈盈，王东著，中国人民大学出版社，2011
7. 《质性研究必备工具 NVIVO 之图解与应用》，刘世闵，李志伟著，经济日报出版社，2017
8. 《应用 STATA 做统计分析》，劳伦斯·汉密尔顿著，郭志刚译，重庆大学出版社，2008
9. 《社会统计分析与数据处理技术：STATA 软件的应用》，杨菊华，中国人民大学出版社，2008
10. 《社会统计方法与技术》，戴维·K. 希尔德布兰德，加德曼·R. 爱沃森，约翰·H. 奥尔德里奇等著，社会科学文献出版社，2005
11. 《The Logic of Causal Order》(Sage No.55.), Davis, James A. 1985.
12. 《Say it with Figures. 6th ed》，New York: Harper & Row. Zeisel, Hans. 1985.
13. 《Regression with Graphics: a Second Course in Applied Statistics》，Belmont: Duxbury Press. Hamilton, Lawrence C. 1992.

14. 《Interaction Effects in Multiple Regression, 2th ed》, Jaccard, James, and Rober Turrisi. 2003. (Sage No.72.)

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：张克英 教授 李艳 教授

辅讲教师姓名及职称：张群林 讲师

八、课程简介

本课程是通过对管理研究方法的讲授，来教会学生如何科学规范严谨地去探索社会与管理问题的一般规律，使学生掌握一个适用于管理学和社会学领域研究的必备工具。

讲授的内容涵盖提出问题、分析问题和解决问题三大主题。提出问题旨在传授学生如何去思考并凝练管理与社会领域急需解决、需要创新的关键问题；分析问题旨在教会学生如何在前人研究和实践指导的基础上科学建构理论指导、严谨设计研究路径、规范完成数据资料收集与分析；解决问题旨在指导学生如何基于实证研究分析的结果指出问题所在以及解决路径。

九、教学目标

本课程的目标是使学生掌握规范、科学、严谨的研究方法，无论是做研究项目，写作科研论文和学术论文，以及未来工作任务的完成都能应用这些方法、思维和路径完成选题、理论构建、研究设计、数据资料收集与分析、成果产出的全过程。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第一章 导论 1.1 认知学习——案例导入 1.2 课程简介 1.3 管理研究	课堂讲授
2	2	第一章 导论 1.4 社会研究具体方法和技术 1.5 研究的过程	课堂讲授
	2	第二章 管理研究的基本要素 2.1 概念及操作化 2.2 名词、术语 2.3 定义 2.4 变量	课堂讲授
3	4	第二章 管理研究的基本要素 2.5 命题和假设 2.6 理论 2.7 推理 2.8 分类	课堂讲授

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
4	4	第三章 研究设计 3.1 问题辨析 3.2 变量设计	课堂讲授
5	2	第三章 研究设计 3.3 量表	课堂讲授
	2	第四章 抽样 4.1 概率抽样 4.2 非概率抽样	课堂讲授
6	2	第四章 抽样 4.3 样本规模的确定	课堂讲授
	2	第五章 定量资料收集方法 5.1 调查研究	课堂讲授
7	4	第五章 定量资料收集方法 5.2 问卷设计	课堂讲授
8	2	第五章 定量资料收集方法 5.3 文献法	课堂讲授
	2	第六章 定性资料收集方法 6.1 质性资料的收集	课堂讲授
9	4	第六章 定性资料收集方法 6.2 内容分析的资料收集	课堂讲授
10	4	第七章 定量资料分析方法 7.1 定量数据分析基础知识	课堂讲授
11	4	第七章 定量资料分析方法 7.2 列联表分析 7.3 回归分析	课堂讲授
12	4	第八章 定性资料分析方法 8.1 质性资料的分析	课堂讲授
13	4	第八章 定性资料分析方法 8.2 内容产品的分析	课堂讲授
14	2	第九章 研究论文的撰写	课堂讲授
合计	54		
其中理论课课时：54 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《创新管理（Ⅱ）》课程教学大纲

一、课程中文名称：创新管理

课程英文名称：Innovation Management

二、课程编码：19052151

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：32 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：创新管理（A）、宏微观经济学

六、使用教材（讲义）

参考书目：

《创新管理——情景、战略、系统和流程》，珀威茨.K.阿曼德&查尔斯.D.谢泼德著，陈劲译，北京大学出版社，2014

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：刘 岩 副教授

辅讲教师姓名及职称：高艳慧 副教授

八、课程简介

本课程主要介绍了创新管理相关理论的知识、规律、特点和方法的基本理论与研究进展。在总结梳理创新与创新管理理论研究现状的基础上，重点阐释了当前创新管理研究中重要理论分支的主要观点与研究方法。

九、教学目标

本课程旨在了解创新管理的主要研究方向及其进展，促使学生了解创新管理的重要分支的观点与研究方法，重在培养学生研究创新理论的思维与能力，通过本课程的学习，期望学生能够形成寻找并解决创新理论新问题的能力。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	创新内涵与创新管理理论	讲授法
	2	创新管理发展趋势：全面创新模式案例讨论、开放式创新案例讨论	讲授法+案例讨论
2	2	创新管理发展趋势：社会创新案例讨论 创新理论与概述	讲授法+案例分析
	2	知识观下的创新理论：资源基础理论与动态能力理论	讲授法
3	2	知识观下的创新理论：动态能力理论与知识基础理论	讲授法
	2	知识观下的创新理论：讨论知识基础理论下的创新	讨论法
4	2	创新模式：自主创新与合作创新	讲授法
	2	创新模式：模仿创新与集成创新	讲授法
5	2	创新模式：讨论企业多种创新模式的差异性	讨论法
	2	合作创新机制：不完全契约理论下的合作创新 合作创新机制：知识管理理论下的合作创新	讲授法+案例分析
6	2	合作创新机制：社会网络理论下的合作创新 合作创新机制：不同视角下合作创新绩效提升机制	讲授法讨论法
	2	合作创新机制：不同视角下合作创新绩效提升机制 技术扩散与外溢：基本概念	讨论法讲授法
7	2	技术转移与外溢：技术外溢的内涵 技术转移与外溢：创新绩效的提升过程	讲授法+案例分析
	2	技术转移与外溢：技术转移与外溢和创新过程	讨论法
8	2	科技政策研究：科技政策概述与科技政策效应	讲授法
	2	科技政策研究：科技政策与创新的对应关系	讨论法
合计	32		
其中理论课课时：22 研讨课课时：10 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《行为经济学》课程教学大纲

一、课程中文名称：行为经济学

课程英文名称：Behavioral Economics

二、课程编码：19052114

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：32 学分数：2
开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：微观经济学

六、使用教材（讲义）

参考书目：

1. 《行为经济学》，董志勇，北京大学出版社，2005
2. 《错误的行为》，理查德泰勒著，王磊译，中信出版集团，2016

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：高艳慧 副教授

辅讲教师姓名及职称：刘 岩 副教授

八、课程简介

行为经济学是目前经济学中的前沿和热点研究领域，把心理学和经济分析方法相结合，研究人的心理因素如何影响经济行为，进而给出独特的政策建议，这对于我们现实经济和管理行为具有重要的意义。

九、教学目标

1. 了解熟悉行为经济学研究的目的、内容、方法和应用；
2. 了解行为经济学和新古典经济学的异同；
3. 掌握行为经济学的分析工具和视角，能够对现实中的经济决策行为和 4. 政策影响形成较为全面和真实的理解。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第1章 行为经济学概述 第2章 参照依赖、损失厌恶	课堂讲授
2	4	第2章 敏感度递减；禀赋效应和现状偏见；锚定心理；框架效应 第3章 偏好逆转-配对与选择；权衡反差；	课堂讲授
3	4	第3章 中庸之道与极端逆转；一些由厌恶损失规律出发引出的现象 第4章 效用理论：期望值理论和期望效用理论；风险厌恶、效用的不一致和阿莱斯悖论；前景理论 第5章 公平、利他行为、互惠性偏好	课堂讲授
4	4	第5章 纯粹利他行为与广义效用范式、合作博弈模式 第6章 时间贴现与跨期选择；拖延与时间偏好；	课堂讲授
5	4	第6章 跨期选择行为的实证研究；自我控制-有限意志 第7章 自负与偏差：个人经验与偏差；	课堂讲授
6	4	第7章 后悔理论；预测偏差；自负的CEO 第8章 人们为什么会上瘾；从心理账户看非理性行为；获得与失去的快乐组合；心理账户的决策；心理账户的预算	课堂讲授
7	4	第9章 走近行为金融学：什么是行为金融学；资本资产定价模型和有效市场假说；金融市场上的“奇异”现象 第10章 投资者情绪：为什么追买损失更大的股票；	课堂讲授
8	4	第10章 投资者情绪：不合理的风险厌恶与莫名乐观；羊群效应；反映不足和过度反应 第11章 实验经济学	课堂讲授
合计	32		
其中理论课课时：32 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《组织与人力资源管理理论前沿》课程教学大纲

一、课程中文名称：组织与人力资源管理理论前沿

课程英文名称：Frontier Theory of Organizational Behavior and Human Resource Management

二、课程编码：19052147

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：组织行为学、管理研究方法论

六、使用教材（讲义）：均采用目前国内外最新的研究成果为授课素材

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：王 宁 副教授 马贵梅 副教授 马 冰 副教授

八、课程简介

该课程从目前组织与人力资源管理的热议话题，即反馈寻求行为、员工建言以及高绩效人力资源管理理论入手，让学生较为充分了解和掌握国内外在该领域最前沿的研究话题、研究方法、经典理论以及未来研究趋势，具体如下：

1. 反馈寻求行为研究的理论与实践价值、研究发展现状、经典的研究理论与模型、一般研究范式、目前研究不足、寻求反馈的本土化问题以及未来研究方向；
2. 建言行为研究的理论与实践价值、研究发展现状、经典的研究理论与模型、一般研究范式、目前研究不足和未来研究方向；
3. 西方经典的高绩效工作系统及其影响效应、高绩效工作系统在中国的实施情况、中国本土化高绩效人力资源管理、高绩效人力资源管理的未来研究方向。

九、教学目标

通过组织与人力资源管理部分前沿理论的介绍，以期达到如下目标：

1. 通过对前沿知识的介绍，拓宽学生的科学研究视野；
2. 通过对权威文献的分析，培养学生掌握该领域高水平文献的阅读要领；

3. 通过对经典理论的学习，引导学生掌握使用理论建构文章的思维方式；
4. 通过团队讨论的方式，激发学生对该领域前沿问题的创造性思考。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方式
1	4	专题 1：反馈寻求行为研究意义以及发展现状 1.1 反馈寻求行为的理论与实践价值 1.2 反馈寻求行为的研究发展现状 1.3 中国组织文化中探究个体寻求反馈的必要性	理论讲解、文献阅读、案例分析
2	4	专题 2：反馈寻求行为的理论基础以及未来发展 2.1 反馈寻求行为的经典理论 2.2 反馈寻求行为的研究一般研究范式 2.3 反馈寻求行为的未来发展方向 2.4 反馈寻求行为的本土化问题引入	理论讲解、文献阅读、案例分析
3	4	专题 3：对指定经典文献的课堂团队汇报与讨论 3.1 反馈寻求行为的经典文献启示 3.2 反馈寻求行为的本土化问题思考	小组讨论、课堂汇报
4	4	专题 4：建言行为研究意义以及发展现状 4.1 建言行为的理论与实践价值 4.2 建言行为的研究发展现状	理论讲解、文献阅读、案例分析
5	4	专题 5：建言行为的理论基础以及未来发展 5.1 建言行为的经典理论 5.2 建言行为的研究一般研究范式 5.3 建言行为的未来发展方向	理论讲解、文献阅读、案例分析
6	4	专题 6：对指定经典文献的课堂团队汇报与讨论 6.1 建言行为的经典文献启示 6.2 建言行为的本土化问题思考	小组讨论、课堂汇报
7	4	专题 7：西方背景下的高绩效人力资源管理 7.1 战略人力资源管理与高绩效工作系统 7.2 西方高绩效工作系统的内涵和要素 7.3 高绩效工作系统与企业绩效 7.4 高绩效工作系统与员工产出	理论讲解、文献阅读、案例分析
8	4	专题 8：中国背景下的高绩效人力资源管理 8.1 中国与西方管理差异性的背景分析 8.2 西方高绩效工作系统在中国的实施 8.3 中国本土化的高绩效人力资源管理	理论讲解、文献阅读、案例分析
9	4	专题 9：对指定经典文献的课堂团队汇报与讨论 9.1 高绩效人力资源管理的经典文献启示 9.2 高绩效人力资源管理的未来研究方向	小组讨论、课堂汇报
合计	36		
其中理论课课时：24 研讨课课时：12 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《组织沟通研究》课程教学大纲

一、课程中文名称：组织沟通研究

课程英文名称：Organizational Communication Research

二、课程编码：19052116

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：组织行为学、管理学、心理学

六、使用教材（讲义）

《管理沟通：理念、方法与技能》，张振刚，李云健，机械工业出版社，2016

参考书目：

- 1.《管理沟通：成功管理的基石》，魏江，严进，机械工业出版社，2017
- 2.《管理沟通：基于案例分析的视角》，冯云霞，沈远平，中国人民大学出版社，2015

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：马贵梅 副教授

八、课程简介

《组织沟通研究》是工商管理专业研究生的专业课程，具有理论与实践的双重特性，是学生未来从事研究工作和在工作岗位充分发挥其能力的重要基础。因此，本课程既注重理论研究，又注重管理沟通能力的培养。

本课程包含组织沟通理论基础、组织沟通专题研究以及组织沟通主题分析与训练，涵盖管理沟通基础理论、沟通策略，纵向管理与沟通、横向管理与、绩效管理与沟通、会议管理与沟通、团队管理与沟通以及跨文化沟通等具体知识讲解、文献分析与案例讨论。

九、教学目标

1. 通过对组织沟通理论、绩效管理与沟通以及团队管理与沟通等重要专题知识的讲解，让学生掌握组织沟通的基础理论与关键知识内容；

2. 通过对组织沟通经典理论基础与发展前沿的介绍以及经典文献的阅读解析,使学生具备开展组织沟通的相关主题研究的能力;

3. 通过对横向管理与沟通、纵向管理与沟通、绩效管理与沟通以及团队管理与沟通等重要专题的技能训练和情境模拟,使学生具备较强的管理沟通技能与实践能力,掌握具体情境中沟通的方法与策略,解决管理沟通问题。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容(包括课堂讲授、实验、讨论、考试等)	教学方式
1	4	第1章 组织沟通基础 1.1 组织沟通概论 1.2 组织沟通的理论基础	理论讲解、文献阅读、启发式讨论
2	4	1.3 组织沟通层次 1.4 组织沟通策略	理论讲解、案例分析
3	4	第2章 纵向管理与沟通 2.1 纵向沟通理论研究 2.2 纵向沟通因素分析 2.3 纵向沟通策略与技巧	理论讲解、文献讨论
4	4	第3章 横向管理与沟通 3.1 横向沟通理论研究 3.2 横向沟通因素分析 3.3 横向沟通策略与技巧	理论讲解、文献阅读、案例分析
5	4	第4章 绩效管理与沟通 4.1 员工绩效管理 4.2 绩效沟通研究 4.3 绩效沟通的策略与技巧	理论讲解、案例讨论
6	4	第5章 会议管理和沟通 5.1 会议管理原理 5.2 会议沟通准备 5.3 会议沟通策略	理论讲解、案例分析
7	4	第6章 团队管理与沟通 6.1 团队建设和管理的原则与方法 6.2 团队决策沟通的技巧	理论讲解、案例讨论
8	4	6.3 团队冲突管理的理论研究 6.3 团队冲突管理的策略与技巧	理论讲解、文献阅读、案例讨论
9	4	第7章 跨文化管理与沟通 7.1 文化与管理 7.2 跨文化沟通研究 7.3 跨文化沟通策略	理论讲解、文献阅读、案例讨论
合计	36		
其中理论课课时: 26 研讨课课时: 10 实验实践环节课时: 0			

西安工程大学

研究生《高级会计学》课程教学大纲

一、课程中文名称：高级会计学

课程英文名称：Advanced Accounting

二、课程编码：19052117

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：中级会计学

六、使用教材（讲义）

《高级会计学》，耿建新，戴德明，中国人民大学出版社，2013

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：王保忠 教授

辅讲教师姓名及职称：高民芳 副教授

八、课程简介

高级会计学是会计学专业的一门重要主干课程。本课程的核心教学内容有外币业务的会计处理、借款费用的会计处理、或有事项的会计处理、租赁业务的会计处理、债务重组的会计处理、非货币性交易的会计处理、会计政策变更会计估计变更和会计差错更正的会计处理、资产负债表日后事项的会计处理以及合并会计报表的编制。

九、教学目标

通过本课程的学习，使学生掌握财务会计的延伸内容——特殊业务及特殊情况下的会计处理，完善会计知识。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第1章 绪论 1.1 高级会计定义	课堂讲授
2	2	第1章 绪论 1.2 理论基础-1.3 范围与结构	课堂讲授
3	2	第2章 非货币性资产交换 2.1 基础理论部分-2.3 换入资产基于公允价值的会计处理	课堂讲授
4	2	第2章 非货币性资产交换 2.3 换入资产基于公允价值的会计处理-2.3 基于账面价值的会计处理	课堂讲授
5	2	第3章 债务重组 3.1 基础理论-3.2 债务重组的几种方式的会计处理	课堂讲授
6	2	第3章 债务重组 3.2 债务重组的几种方式的会计处理-3.3 会计准则的解释	课堂讲授
7	2	第4章 外币折算	课堂讲授
8	2	第5章 租赁	课堂讲授
9	2	第6章 所得税 6.1 会计准则与税收法规的差异分析-6.3 资产负债表债务法	课堂讲授
10	2	第6章 所得税 6.3 资产负债表债务法-6.4 债务法的特殊问题	课堂讲授
11	2	第7章 衍生工具会计 7.1 衍生金融工具的定义-7.3 衍生金融工具的目的和作用	课堂讲授
12	2	第7章 衍生工具会计 7.4 衍生金融工具会计及其特征	课堂讲授
13	2	第8章 企业合并 8.1 企业合并的基础理论-8.2 企业合并会计问题的争论	课堂讲授
14	2	第8章 企业合并 8.3 企业合并的会计方法	课堂讲授
15	2	第9章 合并财务报表 9.1 合并会计报表基础、案例分析	课堂讲授
16	2	第9章 合并财务报表 9.2 合并财务报表的实操	课堂讲授
17	2	第9章 合并财务报表 9.2 合并财务报表的实操-9.3 合并财务报表的延伸	课堂讲授
18	2	第9章 合并财务报表 9.3 合并财务报表的延伸-9.4 对会计准则的讲解	课堂讲授
合计	36		
其中理论课时：36 研讨课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《现代企业理财学》课程教学大纲

一、课程中文名称：现代企业理财学

课程英文名称：Modern Corporate Finance

二、课程编码：19052104

课程类别：[]必修课 [√]选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：管理学、会计学、中级财务会计

六、使用教材（讲义）

参考书目：

《财务成本管理》，中国注册会计师协会主编，中国财政经济出版社，

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：徐焕章 教授

辅讲教师姓名及职称：宋 玉 讲师

八、课程简介

现代企业理财学课程是基于企业角度研究财务管理，是一门重要的学科基础课，在管理类、经济类专业的教学体系中起着衔接一般经济理论课和专业课的中介作用。财务管理课程主要内容有：财务管理基础理论（包括财务管理的概念、目标、原则和方法）；财务管理价值观念（包括时间价值、风险报酬、利息率和证券估价）；财务管理绩效评价基础（财务分析理论和财务报表解读）；财务活动内容（含筹资、投资、经营和分配中的财务活动）；财务管理环节（贯穿于各项财务活动内容中的预测、决策、计划、控制、分析）等。

九、教学目标

通过该课程的学习，明确现代公司制企业的理财内容和目标，系统掌握企业有关的筹资、投资、资金分配等财务决策过程，掌握资本结构变化对股东收益和风险的影响，学习评价企业在经营过程中的经营效率，以及公司价值的衡量和分析方法。理论联系实际，能够用所学到的知识和方法分析企业的财务活动，做出合理的财务决策。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第一编 财务管理 第一章 财务管理基本原理 第一节 财务管理的内容与职能 第二节 财务管理的目标和利益相关者的要求 第三节 财务管理的核心概念和基本理论 第四节 金融工具与金融市场 第五节 财务管理的基本原则	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	2	第二章 财务报表分析和财务预测 第一节 财务报表分析的目的与方法 第二节 财务比率分析 第三节 财务预测的步骤和方法 第四节 增长率与资本需求的测算	课堂讲授与讨论相结合
3	2	第三章 价值评估基础 第一节 利率 第二节 货币时间价值 第三节 风险与报酬	课堂讲授与讨论相结合
4	2	第四章 资本成本 第一节 资本成本的概念和用途 第二节 债务资本成本的估计 第三节 普通股资本成本的估计 第四节 混合筹资资本成本的估计 第五节 加权平均资本成本的计算	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
5	2	第九章 资本结构 第一节 资本结构理论 第二节 资本机构决策分析 第三节 杠杆系数的衡量	课堂讲授与讨论相结合
6	2	第十一章 长期筹资 第一节 普通股筹资 第二节 长期债务筹资 第三节 混合筹资 第四节 租赁筹资	课堂讲授与讨论相结合
7	2	第五章 投资项目资本预算 第一节 投资项目的类型和评价程序 第二节 投资项目的评价方法 第三节 投资项目现金流量的估计 第四节 投资项目折现率的估计 第五节 投资项目的敏感分析	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	2	第六章 债券、股票价值的评估 第一节 债券价值评估 第二节 普通股价值评估 第三节 混合筹资工具价值评估	课堂讲授与讨论相结合

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
9	2	第七章 期权价值评估 第一节 期权的概念、类型和投资策略 第二节 金融期权价值评估 第八章 企业价值评估 第一节 企业价值评估的目的和对象 第二节 企业价值评估方法	课堂讲授与讨论相结合
10	2	第十章 股利分配、股票分割与股票回购 第一节 股利理论与股利政策 第二节 股利的种类、支付程序与分配方案 第三节 股票分割与股票回购	课堂讲授与讨论相结合
11	2	第十二章 营运资本管理 第一节 营运资本管理策略 第二节 现金管理 第三节 应收款项管理 第四节 短期债务管理	课堂讲授与讨论相结合
12	2	第二编成本计算 第十三章 产品成本计算 第一节 产品成本分类与变动成本法 第二节 产品成本的归集和分配 第三节 产品成本计算的品种法 第四节 产品成本计算的分批法 第五节 产品成本计算的分步法	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
13	2	第十四章 标准成本法 第一节 标准成本及其制定 第二节 标准成本的差异分析	课堂讲授与讨论相结合
14	2	第十五章 作业成本法 第一节 作业成本法的概念与特点 第二节 作业成本计算 第三节 作业成本管理	课堂讲授与讨论相结合
15	2	第三编 管理会计 第十六章 本量利分析 第一节 本量利的一般关系 第二节 保本分析 第三节 保利分析 第四节 利润敏感分析 第十七章 短期经营决策 第一节 短期经营决策概述 第二节 生产决策 第三节 定价决策 第四节 订货决策	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
16	2	第十八章 全面预算 第一节 全面预算概述 第二节 全面预算的编制方法 第三节 营业预算的编制 第四节 财务预算的编制	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
17	2	第十九章 责任会计 第一节 企业组织结构与责任中心划分 第二节 成本中心 第三节 利润中心 第四节 投资中心 第二十章 业绩评价 第一节 财务业绩评价与非财务业绩评价 第二节 经济增加值 第三节 平衡计分卡	课堂讲授与讨论相结合
18	2	第二十一章 管理会计报告 第一节 内部责任中心业绩报告 第二节 质量成本报告	课堂讲授与讨论相结合
合计	36		
其中理论课课时：30 研讨课课时：6 实验实践环节课时：			

西安工程大学

研究生《营销管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：营销管理

课程英文名称：Marketing Management

二、课程编码：19052137

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：管理学原理、西方经济学、应用统计学

六、使用教材（讲义）

《Marketing Management》, Philip Kotler, Kevin Keller, 15th ed., Prentice-Hall

参考书目：

1. 《营销精要》第8版，威廉.D.皮诺特，E.J.麦卡锡（美国），张红霞译，北京大学出版社，
2. 《市场营销学》，吴健安，郭国庆，钟育赣，高等教育出版社，
3. 《消费者行为和营销策略》，亨利.阿塞尔（美国），韩德昌译，机械工业出版社，
4. 《战略市场营销》，曾国安，东北财经大学出版社，

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：王进富 教授

八、课程简介

营销学是一门经济管理学科，是工商管理、管理科学与工程学科和其他工科类学科的必修课程之一。本课程教学活动的目的是培养研究生的商业概念、战略思维以及运用现代营销理念创造性开展营销管理活动的的能力。通过对本课程的学习，使学生能够深刻理解市场营销的哲学思想，系统掌握企业营销管理原理、营销环境分析和战略制定、顾客行为与营销研究方法，掌握目标营销战略、市场营销组合策略以及营销组织、计划管理方法，并能够应用上述理论和方法分析、解决企业实际问题，从而

培养其整合各管理学科知识，有效地思考和解决所在企业或组织的营销战略与策略的能力。

九、课程的主要内容

1. 营销管理导论

营销为什么存在？市场营销的基本问题，企业的营销范式及其逻辑，当代企业的营销实践及其发展，如何提高企业的营销效率？

2. 战略营销与营销环境分析

战略营销及其任务，产业机会分析，资源能力评估，竞争优势辨识，竞争战略制定，营销环境及其分类，宏微观环境评估。

3. 顾客行为分析与营销研究

刺激—反应模式，消费者行为分析，组织购买者行为分析，购买者决策过程。以知识为基础的市场研究，市场研究过程，信息获取与收集、信息整理与分析，市场研究报告的撰写。

4. 竞争战略

谁是竞争者？竞争范围与竞争情报系统，市场领导者的竞争策略，市场挑战者的竞争策略，市场跟随者的竞争策略，市场补缺者的竞争策略。

5. 市场细分、目标市场和市场定位

战略营销分析的任务，市场细分，目标市场选择及其策略，市场定位策略。

6. 品牌战略与产品战略

品牌识别，品牌资产，品牌个性，品牌延伸，现代企业产品营销管理的基本任务，产品组合策略，产品生命周期及相应的营销策略，新产品开发与扩散。

7. 价格战略与营销渠道战略

现代企业的定价目标，定价方法，定价策略，价格竞争及其应对策略，非价格竞争，营销渠道及其功能，营销渠道的设计，营销渠道的评估，渠道冲突及其协调，渠道治理形式及其效率。

8. 整合营销沟通策略

整合营销沟通及其特点，广告策划及其管理，互动营销与实时沟通，销售队伍管理，事件营销，公共关系。

9. 营销实施与营销管理

营销计划的实施与控制，营销组织的设计与创新，营销过程的激励与协调。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方式
1	4	营销管理导论	讲授、案例分析
2	4	战略营销与营销环境分析	讲授、案例分析
3	4	顾客行为分析与营销研究	讲授、案例分析
4	4	竞争战略	讲授、案例分析
5	4	市场细分、目标市场和市场定位	讲授、案例分析
6	4	品牌战略与产品战略	讲授、案例分析
7	4	价格战略与营销渠道战略	讲授、案例分析
8	4	整合营销沟通策略	讲授、案例分析
9	4	营销实施与营销管理	讲授、案例分析
合计	36		
其中理论课课时：24 研讨课课时：12 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《知识管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：知识管理

课程英文名称：Knowledge Management

二、课程编码：19052138

课程类别：[]必修课 [√]选修课

三、总学时：32 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：创新管理（A）、管理学原理

六、使用教材（讲义）

参考书目：

- 1.《知识管理原理与应用》第2版，廖开际，清华大学出版社，2010
- 2.《知识管理 一种集成方法》第2版，阿肖克·贾夏帕拉著，安小米等译，中国人民大学出版社，2013

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：刘 岩 副教授

辅讲教师姓名及职称：高艳慧 副教授

八、课程简介

本课程主要介绍知识管理的基本原理以及结构体系，并阐述了有关知识管理的过程与方法，从战略与组织视角出发，描述了企业知识管理的具体流程，介绍了知识管理的多种方法，技术与工具，并详细介绍了知识创造与转移的过程，并描述了知识管理模型与绩效评价等实际问题，结合案例分析全面讨论企业知识管理实践工作。

九、教学目标

本课程旨在了解知识管理的基本理论与研究方法，促使学生理解知识管理的重要性，并能将相关原理与方法应用在实际知识管理过程中。重在培养学生多层面知识管理的能力，通过本课程的学习，期望学生能够从理论与实践角度解决知识管理的新问题。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	知识与知识管理概述：知识管理的发展与知识的内涵	讲授法
	2	知识与知识管理概述：知识的内涵与分类，知识管理的定义	讲授法
2	2	知识与知识管理概述：知识管理的重要性	讲授法+案例分析
	2	知识管理理论框架：知识管理的基本理论观点	讲授法
3	2	知识管理理论框架：知识管理主要学派与典型模型	讲授法+讨论法
	2	知识管理战略：知识管理战略的基本原理	讲授法
4	2	知识管理战略：知识管理战略过程	讲授法+案例分析
	2	组织知识管理：知识管理流程 组织知识管理：组织内部知识与外部知识的内涵	讲授法
5	2	组织知识管理：组织知识创造过程 组织知识管理：企业知识管理案例分析	讲授法+案例讨论
	2	组织知识管理：知识的存储与加工 组织知识管理：知识保留案例	讲授法+案例分析
6	2	组织知识管理：组织行为视角下的知识管理	讲授法+讨论法
	2	组织知识管理：知识的共享概论 组织知识管理：知识共享的障碍	讲授法
7	2	组织知识管理：知识共享的障碍 组织知识管理：知识共享的方式与效果	讲授法
	2	组织知识管理：知识转化模型（SECI）及案例分析	讲授法+案例分析
8	2	知识管理的技术：知识管理技术概述 知识管理的技术：知识管理技术系统	讲授法
	2	知识管理效果评估：知识管理评估方法	讲授法
合计	32		
其中理论课课时：24 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《薪酬与绩效管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：薪酬与绩效管理

课程英文名称：Compensation and Performance Management

二、课程编码：19052124

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：《人力资源管理》、《财务管理》等课程

六、使用教材（讲义）

- 1.《企业薪酬管理》第2版，王少东，清华大学出版社，2016
- 2.《薪酬管理》第9版，米尔科维奇，纽曼著，中国人民大学出版社，2008
- 3.《绩效管理》第3版，付亚和，许玉林，复旦大学出版社，2014
- 4.《绩效管理》第3版，阿吉斯，中国人民大学出版社，2013

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：马贵梅 讲 师

辅讲教师姓名及职称：贾艳玲 副教授

八、课程简介

《薪酬与绩效管理》课程是人力资源管理专业的专业课程，对于财务管理专业的学生也是重要的选修课程。课程教学的目的让学生系统掌握薪酬与绩效管理的理论以及设计与实践操作的技能。课程教学分为两部分，薪酬管理部分重点学习薪酬管理的基础知识，薪酬设计的理论、原则、流程和方法，常见的工资制度，薪酬构成的设计，常见的薪酬模型等内容；绩效管理部分重点掌握绩效界定、绩效计划制定、绩效考评表格设计等内容。课程授课需要学生先学习人力资源管理课程和财务管理的相关知识。授课学时 36 个学时，无实验学时。

九、教学目标

通过课程学习让学生掌握薪酬体系设计和绩效管理体系设计的基本知识和原理，学会运用基本知识和原理进行实际问题的分析，设计薪酬体系和绩效管理体系，提高学生的薪酬与绩效管理的实践技能。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第1章：薪酬设计的基本原理 1.1 薪酬设计原理与研究前沿 1.2 战略性薪酬管理	课堂教学 文献讨论
2	4	第2章：薪酬设计的三项基础工作 2.1 定岗设计 2.2 定编设计 2.3 定员设计	课堂教学 案例分析
3	4	第3章：岗位测评技术 3.1 要素计点法 3.2 典型要素模型	课堂教学 案例讨论
4	4	第4章：薪酬体系设计 4.1 薪酬调查与薪酬水平定位 4.2 薪酬结构设计 4.3 薪酬体系设计	课堂教学 案例讨论
5	4	第5章：绩效管理的基本理论 5.1 绩效管理理论 5.2 绩效管理研究前沿	课堂教学 文献讨论
6	4	第6章：绩效计划 6.1 绩效界定 6.2 绩效计划	课堂教学 案例讨论
7	4	第7章：绩效考评方案设计 7.1 平衡计分卡 7.2 KPI 与 OKR	课堂教学 案例讨论
8	4	第8章：绩效管理体系设计 8.1 绩效管理 PDCA 循环 8.2 绩效管理体系设计	课堂教学 案例讨论
9	4	第9章：绩效奖励方案 9.1 绩效奖励原理 9.2 绩效奖励种类 9.3 绩效奖励方案设计	课堂教学 案例讨论
合计	36		
其中理论课课时：36 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《高级管理会计》课程教学大纲

一、课程中文名称：高级管理会计

课程英文名称：Advanced Management Accounting

二、课程编码：19052112

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：掌握管理会计、财务管理知识

六、使用教材（讲义）

参考书目：《高级管理会计》，赵贺春，冯文红，机械工业出版社，2011

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：李军训 教授

八、课程简介

高级管理会计理论与实践是一门交叉理论与实践相结合的学科，要求学生有一定的管理会计、战略管理、财务管理等理论基础，对管理会计最新理论与应用进行拓展，主要有作业成本法、改善成本法、目标成本法及平衡计分卡、业绩评价等。

九、教学目标

1. 了解管理会计理论与实务发展的前途领域，把握管理会计的未来发挥在那方向；
2. 系统学习高级管理会计所涉及重要理论和实务问题，跟踪高级管理会计前沿领域和发展动态；
3. 拓展学生分析视野，使他们具备从企业管理等不同角度分析和看待高级管理会计问题的能力。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第1章 导论 1 成本管理系统的起源 2 科学管理运动 3 综合性企业的管理控制 4 从成本管理到成本会计 5 近年来制造业和服务业的发展变化 6 当代管理会计的发展	讲授
	2	管理会计对企业经营管理的影响程度	课堂讨论
2	2	第2章 理解成本性态 1 管理会计的应用 2 理解成本性态 3 成本结构举例 4 掌握间接成本	讲授
	2	成本性态划分的人为因素剖析	课堂讨论
3	2	第2章 物价变动会计 5 未来生产能力成本的计算	讲授
	2	第2章 物价变动会计 6 本量利分析	讲授
4	2	第3章 作业成本计算系统 1 分配服务部门成本到作业 2 分配服务部门成本：固定的和变动的 3 作业成本驱动 4 设计令人满意的制度	讲授
	2	作业成本法的应用前景分析	课堂讨论
5	2	第4章 BSC:计量所有经营单位的业绩 1 BSC 概述及主要内容	讲授
	2	第4章 BSC:计量所有经营单位的业绩 2 把多样化的分数卡指标与一个单一策略联系起来	讲授
6	2	第4章 BSC:计量所有经营单位的业绩 3 诊断指标与策略指标 4 BSC 的发展	讲授
	2	BSC 应用的利弊剖析 BSC 对企业公关决策的重要性	课堂讨论
7	2	第5章 业绩的财务指标 1 财务控制的性质	讲授
	2	第5章 业绩的财务指标 2 财务指标的总量控制	讲授

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
8	4	第 5 章 业绩的财务指标 3 非财务指标的微量控制 4 运用差异分析进行经营控制和里外管理 5 运用利润指标进行控制	讲授
9	2	差异分析法在实际中的应用	课堂讨论
	2	第 5 章 业绩的财务指标 6 生产率指标 7 小结	讲授
合计	36		
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《资本运营与纳税筹划》课程教学大纲

一、课程中文名称：资本运营与纳税筹划

课程英文名称：Capital Operation and Tax Planning

二、课程编码：19052126

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：税法、财务会计、财务管理

六、使用教材（讲义）

参考书目：《企业税务筹划理论与实务》，盖地主编，东北财大出版社，

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：杨孝安 教授

辅讲教师姓名及职称：宋 玉 讲师

八、课程简介

《资本运营与纳税筹划》课程是一门综合性应用课程，目的在于了解我国现行税制的基本体系，掌握各主要税种的法律法规以及纳税筹划的原理、实现条件、常用方法和基本技术方法；掌握采购、生产、销售和利润分配过程中存在的增值税、所得税等税种的税收筹划点和筹划方法；并能从资本运营的角度，掌握企业在投融资、设立、并购重组等资本运营活动中的各税种税收筹划要点和筹划方法，提高学生的综合运用能力，能够引导学生深刻理解税法、将企业税收问题置于企业经营策划情景之中，使企业经营筹划更合理、更有效率。

本课程是会计学硕士研究生的选修课，本课程对于进一步提高会计学硕士在财务管理和税收筹划方面的理论联系实践的水平具有一定的意义。

九、教学目标

通过该课程的学习，明确企业纳税筹划的内容和目标，系统掌握企业在投融资、设立、并购重组等资本运营活动中的各税种税收筹划要点和筹划方法，提高学生的综合运用能力，理论联系实际，能够用所学到的知识和方法分析企业的纳税筹划活动，做出合理的纳税筹划决策。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方式
1	2	第一章 纳税筹划基本理论及发展 1. 纳税筹划基本理论 2. 纳税筹划的空间理论 3. 纳税筹划的原则	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	2	第二章 纳税筹划的概念及比较 1. 纳税筹划 2. 节税、避税、逃税、偷税、抗税 3. 纳税筹划相关概念之间的比较	课堂讲授与讨论相结合
3	2	第三章 纳税筹划方法及模式 1. 纳税筹划的一般技术和方法 2. 不同背景下的纳税筹划模式选择 3. 税法与会计技术在纳税筹划中的综合运用	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
4	2	第四章 不同税种的纳税筹划 1. 增值税的纳税筹划	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
5	2	第四章 不同税种的纳税筹划 1. 增值税的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合
6	2	第四章 不同税种的纳税筹划 2. 消费税的纳税筹划	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
7	2	第四章 不同税种的纳税筹划 2. 消费税的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合
8	2	第四章 不同税种的纳税筹划 3. 关税的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合
9	2	第四章 不同税种的纳税筹划 4. 企业所得税的纳税筹划	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
10	2	第四章 不同税种的纳税筹划 4. 企业所得税的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合
11	2	第四章 不同税种的纳税筹划 4. 企业所得税的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合
12	2	第四章 不同税种的纳税筹划 5. 个人所得税的纳税筹划	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
13	2	第四章 不同税种的纳税筹划 5. 个人所得税的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合
14	2	第四章 不同税种的纳税筹划 6. 其他小税种的纳税筹划	课堂讲授与讨论相结合

周次	学时	教学内容	教学方式
15	2	第五章 资本运营中的税收筹划 1. 企业投资决策的税收筹划	课堂讲授与讨论相结合
16	2	第五章 资本运营中的税收筹划 2. 企业经营决策的税收筹划	课堂讲授与讨论相结合
17	2	第五章 资本运营中的税收筹划 3. 企业融资决策的税收筹划	课堂讲授与讨论相结合
18	2	第五章 资本运营中的税收筹划 4. 财务成果与分配决策的税收筹划	课堂讲授与讨论相结合
合计	36	第五章 资本运营中的税收筹划 5. 企业设立与并购的税收筹划	课堂讲授与讨论相结合
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《博弈论》课程教学大纲

一、课程中文名称：博弈论

课程英文名称：Game Theory

二、课程编码：19052134

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：高等数学、线性代数、微观经济学

六、使用教材（讲义）

- 1.《博弈论教程》，王则柯，中国人民大学出版社，2010
- 2.《博弈论与信息经济学》，张维迎，上海人民出版社，2004
- 3.《经济博弈论》，谢识予，复旦大学出版社，2002

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：杨 彤 副教授

辅讲教师姓名及职称：刘世铎 讲 师

八、课程简介

博弈论（Game Theory），亦名“对策论”、“赛局理论”，属高级微观经济学、应用经济学的一个分支。博弈论已经成为经济学的标准分析工具之一，目前在生物学、经济学、国际关系、计算机科学、政治学、军事战略和其他很多学科都有广泛的应用。主要研究的是决策主体的行为发生直接相互作用时候的决策、这种决策的均衡问题，以及决策主体如何克服与他们决策相关的某些信息的无知状态，从而设计一种获取新的信息或避免某些无知成本的机制。本课程的目的对博弈论的主要内容和研究方法作比较全面而系统的介绍，涵盖了子博弈精炼纳什均衡、序贯均衡（贝叶斯完美均衡）这些适合用来分析中国经济体制的对策模型，而且对委托人—代理人模型、效率工资、KMRW声誉模型、“逆向选择”模型有深入的介绍。力图使学生掌握基本分析方法，并能运用这些方法来分析和解释现实的社会经济现象。

九、教学目标

学习本课程目的在于使硕士研究生掌握博弈论的基本概念、基本方法和基本理论，并学会用博弈论的思想方法分析理论与实践中的新问题。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第1章 导论：博弈论与主流经济学的新发展 1.1 博弈论与主流经济学的新发展	讲授
2	2	1.2 博弈的种类 1.3 几个典型案例及其纳什均衡的确定（一）	讲授
3	2	1.3 几个典型案例及其纳什均衡的确定（二）	讲授
4	2	第2章 完全信息静态博弈 2.1 完全信息静态博弈基本概念及战略式的表述 2.2 确定纳什均衡（划线法、箭头法、严格下策反复删去法）	讲授
5	2	2.3 占优纳什均衡、重复剔除占优纳什均衡确定及应用举例	讲授
6	2	课堂讨论：学生讲解典型案例在生活中的应用及其纳什均衡的确定	研讨
7	2	2.4 混合战略纳什均衡 2.5 纳什均衡存在性与多重性	讲授
8	2	第3章 完全信息动态博弈 3.1 博弈的扩展式表述 3.2 子博弈精炼纳什均衡	讲授
9	2	3.3 扩展型博弈模型转化为策略型博弈模型	讲授
10	2	3.4 子博弈精炼纳什均衡举例 3.5 重复博弈和无名氏定理	讲授
11	2	第4章 不完全信息静态博弈 4.1 不完全信息博弈和贝叶斯纳什均衡 4.2 贝叶斯均衡的应用举例	讲授
12	2	4.3 贝叶斯均衡与混合战略均衡 4.4 机制设计原理与显示原理	讲授
13	2	第5章 不完全信息动态博弈 5.1 精炼贝叶斯纳什均衡 5.2 信号传递博弈及其应用举例	讲授
14	2	5.3 KMRW 声誉模型	讲授
15	2	第6章 委托-代理理论 6.1 信息经济学引论	讲授
16	2	6.2 委托-代理理论的基本分析框架	讲授
17	2	6.3 最优激励合同	讲授
18	2	课堂研讨：典型的委托-代理问题有关案例分析	研讨
合计	36		
其中理论课课时：32 研讨课课时：4 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《国际人力资源管理案例》课程教学大纲

一、课程中文名称：国际人力资源管理案例

课程英文名称：Case Study of International Human Resource Management

二、课程编码：19052142

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：人力资源管理、跨文化管理

六、使用教材（讲义）

参考书目：

- 1.《人力资源管理译丛：国际人力资源管理》（第5版），赵曙明，刘燕，彼得.G.道林，马里恩.费斯廷,艾伦.D.恩格尔.中国人民大学出版社，2012
- 2.《国际人力资源管理》（第三版），林新奇，复旦大学出版社，2017
- 3.《国际企业：人力资源管理》（第五版），赵曙明，南京大学出版社，2016

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：马冰 讲师

八、课程简介

《国际人力资源管理案例》是工商管理专业人力资源管理方向研究生的选修课程。该课程通过案例形式教学，使学生能够基于跨文化管理视角，掌握相关理论并联系实践，分析和解决跨国公司及全球化企业在参与经济全球化过程中所面临的各项人力资源管理问题。

本课程教学以案例为主线进行教学设计和内容安排，具体包括国际人力资源管理背景、国际人力资源管理方法、跨国企业人力资源管理问题三篇，涵盖文化差异与国际人力资源管理、国际背景下的人员配置、招聘与甄选、培训与开发、绩效与薪酬管理、职业生涯管理、劳资关系管理、跨国公司在华经营以及我国公司跨国经营中的各项人力资源管理相关问题。课程授课需要学生具备人力资源管理和跨文化管理的相关知识。授课学时 36 个学时，其中理论课 27 个学时，研讨课 9 个学时，无实验实践学时。

九、教学目标

通过对国际人力资源管理背景、国际人力资源管理方法、跨国企业人力资源管理问题三方面相关案例的探讨，实现两项教学目标：一方面帮助学生提炼并掌握国际人力资源管理的基础理论与关键知识内容，培养并具备理论联系实践以分析解决实际问题的能力；另一方面使得学生能够思考并交流目前国际人力资源管理领域学术研究和企业实践中的热点、难点问题，开拓学生视野并激发其开展相关研究的兴趣。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	专题一：国际人力资源管理背景案例研讨	案例分析、小组讨论
2	4	专题二：国际人员配置案例研讨	案例分析、小组讨论
3	4	专题三：国际招聘与甄选案例研讨	案例分析、小组讨论
4	4	专题四：国际培训与开发案例研讨	案例分析、小组讨论
5	4	专题五：绩效管理与国际薪酬案例研讨	案例分析、小组讨论
6	4	专题六：归国与职业生涯管理案例研讨	案例分析、小组讨论
7	4	专题七：国际劳资关系案例研讨	案例分析、小组讨论
8	4	专题八：外国在华企业的人力资源管理案例研讨	案例分析、小组讨论
9	4	专题九：中国企业跨国经营人力资源管理案例研讨	案例分析、小组讨论
合计	36		
其中理论课时：27 研讨课时：9 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《管理学前沿》课程教学大纲

一、课程中文名称：管理学前沿

课程英文名称：Frontier of Management

二、课程编码：19052128

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：18 学分数：1
开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：管理学、管理学原理

六、使用教材（讲义）：经典文献

七、开课单位：管理学院
主讲教师姓名及职称：管理学课题组
辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

该课程主要针对本学位点相关研究领域的一些前沿的热点、重点和难点研究问题，以专题讲座的形式授课。该门课程的时间安排、授课形式、授课内容将随着管理学科的发展和管理实践需要的变化而不断调整。

随着我国社会主义市场经济的快速发展，管理问题日益受到重视，管理学科的发展也日新月异。作为管理学专业研究生，拓展管理知识、汲取管理理论最新成果、掌握管理理论研究方法，把握管理学科发展的方向，成为本学科知识结构和能力结构中不可或缺的部分。

九、教学目标

学习本课程可以更好地介绍本学位点研究方向的前沿领域，使学生对创新管理、组织与人力资源管理、会计与公司理财等研究领域在前沿上有个宏观上的认识，了解本专业学科的前沿信息和发展动态，引导学会准确把握研究领域发展的方向，运用新的理论和研究方法来分析、研究、甚至是解决问题。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第一部分 专利数据如何应用在创新领域研究	讲授
2	2	第二部分 行为经济学的背景、基本理论和应用	讲授
3	2	第三部分 员工主动行为研究的经典理论、方法与发展趋势	讲授
4	2	第四部分 中国文化背景下个体反馈寻求行为对创新绩效的影响	讲授
5	2	第五部分 高绩效工作系统研究的现状分析与未来展望	讲授
6	2	第六部分 实证研究方法的简介	讲授
7	2	第七部分 如何开展一项有价值的研究	讲授
8	2	第八部分 战略管理中的选题及论文撰写	讲授
9	2	第九部分 怎样写论文、发表论文	讲授
合计	18		
其中理论课时：18 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《经济学前沿》课程教学大纲

一、课程中文名称：经济学前沿

课程英文名称：Frontier of Economics

二、课程编码：19052160

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：18 学分数：1
 开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：宏微观经济学、基础会计、金融市场学、投资学、国际金融

六、使用教材（讲义）：经典文献

七、开课单位：管理学院
 主讲教师姓名及职称：经济学课题组
 辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

本课程是通过对现代经济学经典文献的介绍，使学生能运用经济学的基本原理和方法观察、分析和解释现实生活中的经济现象和问题。

九、教学目标

学习本课程可以更好地介绍经济学的前沿领域，使学生对经济、金融在前沿上有个宏观上的认识，对各种具体的最新的技术方法和现象有具体的认识，为毕业之后从事经济工作打下坚实的理论基础。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第一部分 制度和转型——新制度经济学观点	讲授法
2	2	第二部分 国际文化贸易与中国文化“走出去”战略	讲授法
3	2	第三部分 新经济时代的重要经济体-----平台产业	讲授法
4	2	第四部分 经济空间研究的层次性——以空间经济学为例	讲授法
5	2	第五部分 计算经济学初探	讲授法
6	2	第六部分 应用经济学研究程序与方法	讲授法
7	2	第七部分 中国式分权下的地方政府行为逻辑与经济影响	讲授法
8	2	第八部分 行为金融学——投资者情绪模型的理论分析及其扩展	讲授法
8	2	第八部分 行为金融学—投资者情绪模型的软件应用	讲授法
9	2	第九部分 极端日收益与横截面收益：令人迷惑的股票市场的“异常现象”	讲授法
合计	18		
其中理论课课时：18 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《社会网络分析》课程教学大纲

一、课程中文名称：社会网络分析

课程英文名称：Social Network Analysis

二、课程编码：19052143

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求

在上课之前请仔细阅读课程教学大纲，了解课程设计细节。特别提醒大家，在上课之前请安装 Ucinet 软件。Ucinet 由 Analytic Technologies 公司开发。Ucinet 中集成有网络图形软件 Netdraw 和几个免费网络分析和图形软件，包括 EiCent, E-net, Mage 和 Keyplayer。最新的版本是 6.461。可以在如下网址下载。

<https://sites.google.com/site/ucinetsoftware/home>,
<http://dl.dropbox.com/u/1064207/ucinet/UcinetSetup.exe>

六、使用教材（讲义）

《社会网络分析：方法与应用》（暂定），沃瑟曼，等著，中国人民大学出版社，2012

参考书目：

上课过程中不需要使用参考书，老师将会提供电子版讲义和阅读材料。研究课题将会采用社会网络分析技术的同学可以考虑购买参考书。

1. Scott, J. (2000) Social Network Analysis: A Handbook (2nd Ed) , Sage Publications, London.(斯科特, 社会网络分析方法, 重庆大学出版社, 2007)
2. Wasserman S. and Faust, K. (1994) Social Network Analysis: Methods and Applications, Sage Publication, London.
3. 《整体网络分析讲义》，刘军，上海人民出版社，2009
4. 《社会网络分析讲义》，罗家德，社会科学文献出版社，2010

网上资源:

1. Hanneman R. and Riddle, M. (online) , Introduction to social network methods, downloadable at <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/> (入门课本, 同时可作为 Ucinet 使用指南)

2. 国际 SNA 协会: International Network for Social Network Analysis (INSNA), <http://www.insna.org>. 该网站提供大量关于 SNA 软件和活动的信息、SNA 理论和应用论文, 以及用于网络分析的数据文件。

七、开课单位: 管理学院

主讲教师姓名及职称: 邵鹏 副教授

辅讲教师姓名及职称:

八、课程简介

社会网络分析作为一门新兴的社会学和管理学研究方法和理论, 近些年得到学术界和咨询界的推崇, 在企业战略、知识管理、技术创新、研发管理、产业集群、组织行为、决策过程、市场营销、公共政策等管理学领域以及信息流动、疾病传播等社会学领域得到广泛应用。本门课程将对这一研究方法进行初步的讲解和介绍。课程包括两方面的内容:

1. 社会网络分析作为一种社会学和管理学理论: 讲解社会、企业和个体活动中的网络化特征、社会资本理论、常见网络模型, 以及他们在管理学研究课题中的应用。
2. 社会网络分析作为一种社会学和管理学研究方法: 讲解网络分析概念和角度、定量指标、分析技术、和图形化显示方法。通过研究案例分析, 讲解怎样应用社会网络分析技术研究管理学课题。

九、教学目标

本课程试图为管理学硕士生提供一套不同于传统定量/定性研究方法的新的研究方法和思路。课程将帮助同学们思考, 社会网络分析是否和怎样帮助他们重新定义和设计自己的研究课题。课程完成之后, 期待学员能够:

1. 理解社会网络分析的特殊视角, 掌握社会资本理论, 能够从社会网络角度出发解释社会和管理现象。
2. 理解应用社会网络理论介入管理学研究问题的方法, 从网络分析的角度发掘、定义和设计管理学研究课题;
3. 掌握描述网络特征的种种量化概念、指标和分析技术, 使用 Ucinet 软件进行计算分析;
4. 掌握图形表达技术, 使用 Newdraw 软件进行图形处理。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第一专题：社会网络分析概论 讲解社会嵌入和网络视角的含义 讲解社会网络分析的特征，与传统主流管理学研究方法的异同 讨论怎样采用网络视角设计管理学研究课题	讲授
2	4	第二专题：社会网络分析的应用 采用研究课题案例讲解社会网络分析理论和技术的应用 讨论前沿经典文献	讲授
3	4	第三专题：整体网数据收集和处理 社会网络分析基本指标和概念 关系数据的特征 整体网数据收集方法	讲授
4	4	第四专题：网络图形化显示 Ucinet 软件使用和数据处理操作 网络图形化显示 图形软件 Netdraw 的使用方法，练习作图	讲授
5	4	第五专题：数据收集与作业选题讨论 同学汇报文献阅读 同学汇报感兴趣的选题以及网络数据收集思路 老师和同学们集体讨论，给出建议	讨论
6	4	第六专题：网络结构模型 随机网络、小世界网络和无标度网络模型 超大规模网络分析软件 Pajek 的使用简介	讲授
7	4	第七专题：整体网与个体网分析 整体网的结构特征和度量指标 个人网络的特征和度量指标	讲授
8	4	第八专题：与其他领域的结合使用 社会网络与复杂网络 社会网络与结构方程模型 社会网络与质性研究	讲授
9	4	第九专题：研究课题讲解和讨论 同学汇报选题完成情况 老师和同学们集体讨论给出建议	讨论
合计	36		
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《人力资源开发与管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：人力资源开发与管理

课程英文名称：Human Resource Development and Management

二、课程编码：19052120

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：管理学

六、使用教材（讲义）

1. 《人力资源开发与管理》，张德，清华大学出版社，2016
2. 《人力资源管理》，德斯勒，中国人民大学出版社，2012

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：孙永生 副教授

辅讲教师姓名及职称：贾艳玲 副教授 吴芳 讲师

八、课程简介

该课程是专业选修课，是一门理论性与应用性均较强的课程。该课程系统地讲授组织内人力资源的招聘、选拔、培训、使用、考核与激励的客观规律与具体方法。课程主要内容包括人力资源管理概论、人力资源管理的基本原理、人力资源规划、员工招聘与人事测评、培训与开发、绩效管理、薪酬管理、劳动关系管理等，使学生在掌握人力资源开发与管理基本理论与方法的基础上，能解决管理实践过程中的实际问题，同时使学生把握本领域研究现状和方向，为进一步开展学术研究奠定基础。

九、教学目标

该课程的教学目标有二：一方面在于使学生掌握有关人力资源开发与管理的基础理论知识，科学认识人力资源管理在现代经济发展中的重要地位；掌握从事人力资源开发与管理所需的工具与方法，培养学生以问题导向的科学的思维方式，理论联系实际，分析问题，解决实际问题的能力；另一方面，在基本理论框架形成的基础上，了解目前研究中的一些热点问题，开拓学生的视野，激发学生深入研究的兴趣。为了达到上述教学的要求，授课方式采用课堂讲解、案例分析、主题资料查阅及讨论等形式，同时要求学生必须掌握管理学的基础理论知识。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	第一章 人力资源开发与管理概述 一、人力资源管理产生的时代背景 二、人力资源管理的发展历程	课堂讲授
	2	三、人力资源的含义、特点 四、现代人力资源开发与管理思想	课堂讲授
2	2	研讨：人力资源管理实践中存在的问题	研讨
	2	第二章 人力资源管理的基本理论与人力资源管理基础职能 （工作分析、人力资源规划） 一、人力资源管理的基本理论	课堂讲授
3	2	二、工作分析 三、人力资源规划	课堂讲授
	2	工作分析和人力资源规划案例分析	研讨
4	2	第三章 招聘与甄选 一、招聘职能的实现 包括招聘的原则、程序和方法	课堂讲授
	2	二、甄选机制设计	课堂讲授
5	2	招聘与甄选案例分析或方案设计	研讨
	2	第四章 培训与开发 一、培训职能的实现（作用、程序和方法） 二、人力资源开发作用与方法	课堂讲授
6	2	培训各阶段的工作内容和工作方式的诊断； 培训案例分析	研讨
	2	第五章 薪酬管理 一、薪酬管理实务 二、现代薪酬管理理念	课堂讲授
7	2	薪酬方案设计或薪酬管理案例分析	讨论
	2	第六章 绩效考核 一、绩效考核实务 二、绩效考核在实际操作中的瓶颈因素	课堂讲授
8	2	绩效考核方案设计或绩效考核案例分析	研讨
	2	第七章 职业生涯管理 一、职业生涯管理概述 二、职业生涯管理实务	课堂讲授
9	2	第八章 人力资源开发与管理研究概况 一、人力资源领域的研究现状、存在的问题、原因	课堂讲授
	2	二、未来的研究方向及研究设想	课堂讲授
合计	36		
其中理论课课时：24 研讨课课时：12 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《企业制度与公司治理》课程教学大纲

一、课程中文名称：企业制度与公司治理

课程英文名称：Enterprise System & Corporate Governance

二、课程编码：19052144

课程类别：[] 必修课 [√] 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：管理学、人力资源管理、生产管理、市场营销、财务管理

六、使用教材（讲义）

《企业制度与公司治理》，牛国良，清华大学出版社，2008

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：梁杰 讲师

辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

《企业制度与公司治理》课程是经济类、管理类专业的基础课程，通过本课程的学习，具体了解企业在产权关系、控制方式和决策规则的总体安排，掌握治理的框架、规则和演进。企业作为现代社会商业活动中的最为重要组成部分之一，理解企业制度，尤其是理解现代公司的治理结构及其运作模式，是经济管理人士的必备基础知识。本课程的核心内容是掌握现代企业制度的基本内容、基本特征和典型形式；掌握企业制度和公司治理的基本理论以及市场经济的基本知识；学习和掌握高层经理人员的激励约束机制；学习和掌握公司外部治理机制；学习和掌握企业集团的概念和运作；学习和掌握企业制度创新和产权交易的基本知识。任务是培养学生系统掌握现代企业管理知识，按照现代企业制度和公司治理的要求，对各类企业制度的规范建立和治理进行理论准备。

九、教学目标

本课程具体讲授企业在产权关系、控制方式和决策规则的总体安排，以及公司治理的框架、规

则和演进的课程。通过对企业产生、企业制度、公司治理的知识点的学习，使学生系统掌握企业和企业制度的演化和发展过程，企业组织结构和公司治理的框架、规则和演进等，增强学生对企业制度和公司治理方面的理解，初步具有建立现代企业制度和实施有效治理的能力。

教学目标具体要求如下：

教学目标 1：要求学生了解企业的基本属性、企业的建立和发展，以及企业产权制度等相关知识；

教学目标 2：要求学生重点掌握公司的治理结构与公司治理的相关知识；理解公司的内部治理机制，掌握股东、董事会、监事会和经营层的关系与作用；理解公司的外部治理机制；

教学目标 3：要求学生掌握企业集团的相关知识，理解母子公司、企业集团的组建和运营等知识点；

教学目标 4：要求学生掌握国有企业的制度创新与治理，学习国有企业的定位、治理结构、改革方向等问题；掌握私有企业的类型、定位、治理结构和发展等问题；

教学目标 5：要求学生掌握企业制度的创新和企业产权知识，能运用相关理论知识点解释管理实践。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	企业与企业制度	授课
2	4	企业与企业制度、公司治理结构与公司治理	授课
3	4	公司治理结构与公司治理	授课
4	4	企业集团与集团公司管控	授课
5	4	企业集团与集团公司管控、国有企业的制度和治理	授课+小组作业
6	4	国有企业的制度和治理	授课
7	4	私营企业的制度和治理企业制度创新与产权交易	授课
8	4	私营企业的制度和治理、企业制度创新与产权交易	授课
9	4	企业制度创新与产权交易	授课
合计	36		
其中理论课课时：36 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《会计与财务理论前沿》课程教学大纲

一、课程中文名称：会计与财务理论前沿

课程英文名称：Frontiers of Accounting and Financial Theory

二、课程编码：19052145

课程类别：[] 必修课 [✓] 选修课

三、总学时：18 学分数：1
开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：财务会计、管理会计、成本会计、实证理论

六、使用教材（讲义）：自编讲义

参考书目：

《财务会计研究前沿》，王华，机械工业出版社，

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：徐焕章 教授 杨孝安 教授 李军训 教授
高民芳 副教授 王小红 副教授 王保忠 教授
张丽丽 讲师 王译 讲师 孟亚丽 助教

八、课程简介

《会计与财务理论前沿》课程立足于国内外现有研究文献，把握财务会计学科的发展脉络，为研究生提供财务会计基本理论与方法的研究现状、发展趋势或研究空间，以便训练或培养研究生的研究思维、研究方法和独立研究过程。基本涵盖了会计专业研究生所需掌握和了解的会计理论、财务会计、成本会计、管理会计、财务管理、信息化环境下会计等诸多内容。

本课程是由九位会计学专业老师分九个专题探讨前沿热点，涵盖了业内百家之言。本课程的主题主要有大数据背景下的成本管控、管理会计在实际应用中的难题研究、会计学科的理论前沿研究、行为财务学、环境会计的前沿研究、会计制度变迁与经济发展互动的演进分析、会计计量的规则、融资理论与政策、行业内技术溢出对企业微观经济行为的影响。

九、教学目标

本课程的目的是引导学生不要局限于已有的知识，而是要求做到能在联系实际中发展，在理论的前沿上深化，在学科的交叉中融合等各种新的和活的知识。本课程包含了多位老师的意见，为学生留下较为广阔的思考空间，并有利于逐步培养学生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	2	大数据背景下的成本管控	讲授
2	2	管理会计在实际应用中的难题研究	讲授
3	2	会计学科的理论前沿研究 1. 会计理论及其研究方法； 2. 会计理论创新与会计理论研究的关系； 3. 会计理论前沿问题及其研究。	讲授
4	2	行为财务学	讲授
5	2	环境会计的前沿研究	讲授
6	2	会计制度变迁与经济发展互动的演进分析	讲授
7	2	会计计量的规则	讲授
8	2	融资理论与政策	讲授
9	2	行业内技术溢出对企业微观经济行为的影响	讲授
合计	18		
其中理论课课时：18 研讨课课时：0 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《INTERNATIONAL MANAGEMENT》

课程教学大纲

一、课程中文名称：国际管理《INTERNATIONAL MANAGEMENT》

课程英文名称：International Management

二、课程编码：052061

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2

开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：管理科学与工程、工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：应先修习管理学、市场营销管理等课程

六、使用教材

Mike W. Peng, *Global Business*, 4th Edition. CENGAGE, 2017

参考书目：

Suggested academic journals and readings

1. Journal of International Business Studies
2. Journal of World Business
3. International Business Review
4. Global Strategy Journal
5. Journal of International Management
6. Asia Pacific Journal of Management

Periodicals

7. Forbes
8. Financial Times
9. The Economist

Further readings

10. Selected cases and journal articles will be provided by the course instructor.

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称： **K.S. REDDY**, Ph.D.

八、课程简介

International Management (IM) is an interdisciplinary course grounded on functional areas such as marketing, corporate finance, accounting, economics, law and human resources. The course aims to discuss the nature and foundations of the multinational corporation (MNC) in the changing dynamics of global political economy with a particular focus on comparison between Western and Emerging Markets/Asian MNCs. The IM course broadly covers the external environment, market entry mode, ownership structure and subsidiary functioning of the MNC, the impact of external environment on MNC's strategies and performance, firm value and growth strategies with special focus on mergers and acquisitions, global diversification strategies, strategic leadership and top level management, and the role of tax havens.

Integrating the IM course with business policy and strategy issues in the current global scenario, the course imparts managerial knowledge using both media news and teaching cases to master students.

The course consists of 8 Modules, which will be delivered in English only.

九、教学目标

- Foundations, strategies and theories of the MNC
- The impact of home-host country environment on MNC's strategies and policies
- Foreign market entry mode of the MNC
- Greenfield vs. Acquisition choice of MNCs' entry mode
- Subsidiary performance and governance of MNCs through case discussions
- Success/Failure stories of MNCs in the contemporary global business environment

十、教学内容、教学方式及学时分配

Module	Description	Number of sessions
1	Global Political Economy and Nature of the MNC ▪ <i>Definition; Purpose; Contributions</i> # Resource-based View theory: Resources and Capabilities # World's Leading MNCs in various Industries # Illustrative Examples by Instructor *Individual Assignment: Each student is suggested to select one listed MNC around the world (should not be a bank or financial institution) and write-up the following on at least five pages: background of the MNC and balance sheet information.	3

Module	Description	Number of sessions
2	Global Business Environment ▪ <i>Home country environment</i> ▪ <i>Host country environment</i> #Country Rankings (Reports by various World Organizations) # Institutional Theory; Liability of Newness/Foreignness #Illustrative Examples by Instructor	4
3	Foreign Market Entry Mode of the MNC ▪ <i>Greenfield entry mode</i> ▪ <i>Acquisition entry mode</i> #OLI eclectic theory; Transaction cost economics theory; Liability of Newness/Foreignness; relevant concepts #Illustrative Examples by Instructor #Case Discussion by Instructor *Group Case Analysis and Report	4
4	Cross-border Mergers and Acquisitions ▪ The market for corporate control - trends and patterns ▪ Deal structure ▪ Deal characteristics ▪ Firm-specific attributes ▪ Cross-country determinants (Home-Host regulations, Tax) #Org. Learning theory; Information asymmetry; Valuation #Illustrative Examples by Instructor #Case Discussion by Instructor	7
5	MNC's HQ and Subsidiary Management ▪ Subsidiary establishment, functions, management, performance; governance issues ▪ Divestiture; Exit decision	3
6	Emerging Market MNCs: BRICS #Special focus on China, Brazil, India, Russia and South Africa and Comparison with Western MNCs #State-owned enterprises' global market entry #Success and Failure MNC's entry and performance #Multi-theoretical perspectives and concepts #Illustrative Examples by Instructor *Group Case Analysis and Report	7
7	Leadership and Top level Management: Global Context ▪ <i>Billionaires in the World Business</i> ▪ <i>Special Focus on Women CEOs and Young CEOs</i> #TMT; Board governance #Illustrative Examples by Instructor #Case Discussion by Instructor	3
8	Related topics (or Group Presentations) ▪ <i>Business Models</i> ▪ <i>Strategic Entrepreneurship</i>	5

TEACHING PEDAGOGY

Pedagogic mix may include standard standalone sessions, quizzes, case studies, individual assignments, and group assignments.

Session delivery includes in-depth discussion of the topic, questions and answers, illustrative examples, and case discussion.

QUIZZES

This assignment will consist of at least three quizzes. A quiz is usually a set of objective questions conducted in the respective sessions with a short duration. A quiz is generally a surprise event and no prior information will be announced by the course instructor. A quiz will be conducted in the session without any prior notice to the students.

GROUP CASE ANALYSIS AND REPORT

This assignment will consist of the analysis of two cases. Each group will be required to submit cogent written responses to the questions regarding each case assigned by the course instructor. The case notes will be provided by the course instructor with mentioning the submission deadline and suggestions.

GROUP RESEARCH REPORT

Each group must select two listed companies from the same industry. It is required to prepare SWOT analysis of the industry, and compare the two selected companies using both accounting and qualitative information during the past five to seven years. The report should highlight the business-level and corporate-level strategies adopted and financial performance of the two firms with a comparative analysis and discussion. The maximum page limit of this Report is 20 pages.

Important: Each group is suggested to consult the course instructor before taking a final print copy of the report so that corrections and additions can be incorporated.

COURSE EVALUATION/GRADING

Final Examination	30%
Quizzes (Three)	30% (10% each)
Group Case Analysis & Report (Two)	20% (10% each)
Group Research Report	10%
Class participation	5%
Class attendance	5%

*The evaluation and grading will be akin to other courses in the MBA program at the School of Management, XPU, Xi'an. It may subject to change during the final evaluation.

CODE OF CONDUCT

Students may not consult with students previously enrolled in similar classes, their class notes, or other materials that were otherwise provided in the past. Moreover, students may not use material or solutions from other institutions (e.g. posted on the Internet), unless otherwise instructed in class for a particular assignment.

Severe punitive measures would be taken if students are found to have violated the Code. This includes cheating in quizzes, reporting, and the final examination.

USE OF LAPTOPS AND MOBILES

Laptops may be used in class only when required for the class session. When not in direct use, the screen should be closed. Checking email or surfing the Internet during session is totally unacceptable. The usage of mobile phones in any manner in the classroom is strictly prohibited. Violators may be asked to leave the classroom.

PLAGIARISM POLICY

Plagiarism is ‘the practice of taking someone else’s work or ideas and passing them off as one’s own’ (The New Oxford Dictionary of English). Thus, the group research project report must contain appropriate citations. Work submitted without citation would be construed as plagiarism. If the report is found to have been plagiarized, the whole group will be given negative grading.

OPERATING POLICIES

- The nature of the course makes your individual effort and preparation outside class very important. Review of class notes and slides after each class session is recommended.
- Attendance is mandatory. Students are expected to inform the course facilitator if they are unable to come to class.
- The final examination will be held during the designated final examination period. It will be an OPEN BOOK EXAMINATION.
- Students are expected to read business publications and periodicals to keep themselves abreast of the happenings in the business world and to see the real-world applications of the concepts learned in class.

- .

西安工程大学

研究生《劳动关系研究》课程教学大纲

一、课程中文名称：劳动关系研究

课程英文名称：The Study of Labor Relations

二、课程编码：19052146

课程类别：[] 必修课 [√] 选修课

三、总学时：36 学分数：2
开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：具备工商管理学基本知识。

六、使用教材（讲义）：《劳动关系研究》（讲义）

参考书目：

- 1.《劳动关系理论研究》第1版，冯同庆，中国工人出版社，2012
- 2.《劳动关系管理：理论与实务》第2版，陈维政，李贵卿，毛晓燕，科学出版社，2017
- 3.《劳动关系学》第1版，常凯，中国劳动社会保障出版社，2009
- 4.《劳动关系：寻求平衡》第3版，约翰 W.巴德（John W.Budd），孙乃纪，于桂兰，机械工业出版社，2013

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：孙永生 副教授

八、课程简介

本课程是工商管理专业硕士研究生的专业选修课程，是一门系统介绍企业劳动关系理论研究与实用方法的学科。本课程主要讲授劳动关系理论研究的体系、内容、渊源、流派、方法及中国劳动关系理论研究的相关内容，简要介绍企业劳动合同管理、集体协商与集体合同制度、企业用工管理、劳动标准管理、劳资协商与民主管理及劳动争议处理等劳动关系管理实践问题。通过本课程的学习，使学生了解劳动关系的基本理论与相关法律制度及处理劳动关系事务的方法，了解现代西方劳动关系理论和发展的整体状况，同时注重这些内容与中国劳动关系的具体实际情况相结合，培养学生用劳动关系的理论方法来分析、研究和解决现实劳动关系问题的能力，为今后的工作奠定基础。主要

采用的教学方式有启发式教学、互动式教学、案例讨论、多媒体教学与传统板书教学相结合等。本课程为考查课，考核成绩由平时成绩和期末论文构成。

九、教学目标

《劳动关系研究》主要讲授企业劳动关系的基本理论与实用方法，培养学生掌握研究、处理企业劳动关系问题的理论与方法，使学生具备运用劳动关系理论来分析、研究、解决现实劳动关系问题的能力，为今后从事企业劳动关系研究和管理工作奠定基础。

教学目标 1：要求学生掌握劳动关系理论的体系、内容、渊源、流派、方法与发展，了解现代西方劳动关系理论和发展的整体状况，为研究劳动关系问题奠定理论基础；

教学目标 2：要求学生掌握中国劳动关系理论研究相关问题，了解企业劳动关系相关法律制度及处理劳动关系事务的方法；

教学目标 3：要求学生能够应用所学专业知识，分析、研究、解决企业劳动关系管理中存在的问题。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第一章：劳动关系实践概述（一） 1.1 劳动关系与劳动关系管理 1.2 劳动合同管理 1.3 集体协商与集体合同 1.4 企业规章制度与用工管理	课堂讲授 案例讨论
2	4	第一章：劳动关系实践概述（二） 1.5 劳动标准管理 1.6 劳资协商与民主管理 1.7 劳动争议处理 1.8 非标准劳动关系管理	课堂讲授 案例讨论
3	4	第二章：劳动关系理论研究基本问题 2.1 劳动关系理论的体系问题 2.2 劳动关系理论的内容问题 2.3 劳动关系理论的渊源问题 2.4 劳动关系理论的流派问题 2.5 劳动关系理论的方法问题	课堂讲授
4	4	第三章：劳动关系理论的主要流派（一） 3.1 多元主义研究 3.2 冲突理论研究	课堂讲授 理论研讨
5	4	第三章：劳动关系理论的主要流派（二） 3.3 一元主义研究	课堂讲授 理论研讨
6	4	第四章：劳动关系理论发展（一） 4.1 理论发展脉络和基本内容 4.2 劳动关系理论与相关管理学科的关系 4.3 劳动关系理论研究中的多个视角	课堂讲授 理论研讨

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
7	4	第四章：劳动关系理论发展（二） 4.4 传统理论的发展和新理论的提出 4.5 全球化背景下的劳动关系研究	课堂讲授 理论研讨
8	4	第五章：中国劳动关系理论研究 5.1 中国劳动关系理论的历史 5.2 中国改革开放后劳动关系的理论研究	课堂讲授 理论研讨
9	4	第六章：劳动关系理论研究专题 6.1 劳动关系氛围研究 6.2 和谐劳动关系研究	课堂讲授 理论研讨
合计	36		
其中理论课课时：24 研讨课课时：12 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《实证会计理论专题》课程教学大纲

一、课程中文名称：实证会计理论专题

课程英文名称：Positive Accounting Theory Special Subject

二、课程编码：19052129

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考试

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：现代企业理财学、高级管理会计、高级会计学

六、使用教材（讲义）：自编讲义

参考书目：

1. 《实证会计理论》，[美]罗斯 L 瓦茨，杰罗尔德 L 齐默尔曼著，陈少华、黄世忠、陈光、陈箭深译，东北财经大学出版社，2006
2. 《会计实证研究方法》，黎毅，东北财经大学出版社，2012
3. 《会计研究方法论》，吴溪，中国人民大学出版社，2012
4. 《会计理论》，许家林，中国财政经济出版社，2008
5. 《会计理论研究》，李瑞生，中国财政经济出版社，2007
6. 《会计理论与方法研究》，阎达五，中国人民大学出版社，2003
7. 《会计理论与方法研究》，吴水澎，暨南大学出版社，2008
8. 《提升实证研究学术水平》，加强财经学科建设（工具、途径与方法），国泰安信息技术有限公司，2006
9. 《实证研究学习园地》，国泰安研究所，2007

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：李军训 教授

辅讲教师姓名及职称：申 玲 讲师

八、课程简介

课程性质：《实证会计理论专题》课程是一门专业选修课程，是会计研究生教育中一门重要课程，

也是一门综合性较强的课程。它需要学生具备深厚的会计功底和数学功底。

课程目的：在了解实证会计理论基础和发展现状的基础上，达到将实证研究方法灵活应用于会计理论的目的。

课程任务：课程的主要任务是让学生掌握规范会计理论研究程序和实证会计理论研究程序。

基本要求：本课程的基本要求有：首先，要求学生具有深厚的会计理论功底，有助于理解实证会计研究的内容；其次，要求学生具有较好的数学功底，有助于在实证研究中构建模型和对模型进行具体应用；最后，要求在课程学习的过程中，掌握实证研究方法的具体内涵，将实证研究方法应用到具体的实证会计论文写作过程中。

九、教学目标

通过对会计理论与最新会计政策及会计法规的学习，培养学生运用会计理论、会计政策及法规解决实务问题的能力；通过对实证研究理论与实证研究方法的学习，培养学生掌握与运用实证研究方法进行实证会计研究的能力；通过对实证会计研究常用模型内容的学习，培养学生搜集数据、整理数据、分析模型和运用模型的能力；通过对实证会计论文的案例分析和案例研讨，让学生将所学实证研究方法运用到具体的实证会计论文写作过程当中。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	课程前言（教材推荐、要求、内容及条件） 1 会计理论相关内容 1.1 理论与会计理论的概念界定 1.2 会计理论的分类与内容 1.4 规范会计理论研究的程序； 补充：案例分析	讲授
2	4	2 会计准则理论与会计规范理论 2.1 会计准则理论 2.2 会计规范理论 补充： （1）会计准则最新政策介绍； （2）税法最新政策介绍； （3）内部控制最新政策介绍。	讲授
3	4	3 实证会计理论的发展现状 3.1 实证会计研究在国外的发展现状 3.2 实证会计研究在我国的发展现状 3.3 对实证会计研究的若干批评 3.4 实证会计研究方法的改进思考	讲授
4	4	4 实证会计研究的理论基础 4.1 经济学基础 4.2 理财学基础 补充：国内外关于实证研究的领域及内容 5 实证会计研究的规范过程/程序 5.1 选择研究主题 5.3 数据准备	讲授

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
5	4	5.2 建立可证伪的假设 5.4 检验假设 5.5 解释研究结果 6 实证会计研究中常用的模型及模型的具体应用 6.1 实证会计研究中常用模型及模型的具体应用（一） （主成分分析与因子分析模型）	讲授
6	4	案例研讨（一） 6.2 实证会计研究中常用的模型及模型的具体应用（二） （判别分析与聚类分析模型、二项逻辑回归分析模型）	讲授、研讨
7	4	案例研讨（二） 6.3 实证会计研究中常用的模型及模型的具体应用（三） （灰色关联度分析模型）	讲授、研讨
8	4	案例研讨（三） 6.4 实证会计研究中常用的模型及模型的具体应用（四） （突变级数分析模型）	讲授、研讨
9	4	案例研讨（四） 全课程总结	讲授、研讨
合计	36		
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：			

西安工程大学

研究生《管理思想与哲学》课程教学大纲

一、课程中文名称：管理思想与哲学

课程英文名称：Management Thought and Philosophy

二、课程编码：19052127

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理、社会发展与公共政策

五、预备知识要求

在学习本门课程之前，要求学生深入研读现代管理学理论及管理思想史经典著作，同时研读基本的哲学经典著作，以期掌握相关理论与知识。重点推荐的相关经典著作有：

- 1.《管理思想史》第6版，丹尼尔·A·雷恩（Daniel A. Wren）、阿瑟·G·贝德安（Arthur G. Bedeian）著，孙健敏、黄小勇、李原译，中国人民大学出版社，2011
- 2.《管理学》第9版，斯蒂芬·P·罗宾斯(Stephen P. Robbins)、玛丽·库尔特（Mary Coulter）著，孙健敏、黄卫伟、王凤彬、焦叔斌、杨军译，中国人民大学出版社，2008
- 3.《哲学导论》，沈湘平著，中国社会科学出版社，2008
- 4.《哲学导论》，孙正聿著，中国人民大学出版社，2000

六、使用教材（讲义）

《管理哲学》(暂定)，袁闳著，复旦大学出版社，2004

参考书目：

- 1.《人文科学概论》，李维武著，人民出版社，2007
- 2.《西方人文主义传统》，【英】阿伦·布洛克（Alan Bullock）著，董乐山译，群言出版社，2012
- 3.《西方哲学史》，【英】罗素著，张作成编译，北京出版集团公司，2012
- 4.《中国思想文化史》，张岂之，高等教育出版社，2006
- 5.《中国文化概论》，张岱年，方克立，北京师范大学出版社，1994
- 6.《哲学导论》，沈湘平，中国社会科学出版社，2008
- 7.《哲学导论》，孙正聿，中国人民大学出版社，2000

8.《管理思想史》(第6版),丹尼尔·A·雷恩(Daniel A. Wren)、阿瑟·G·贝德安(Arthur G. Bedeian)著,孙健敏、黄小勇、李原译,中国人民大学出版社,

9.《管理的人文之维》,冯周卓,江西教育出版社,2005

七、开课单位:管理学院

主讲教师姓名及职称:刘晓喆 副教授

辅讲教师姓名及职称:苟欢迎 讲 师

八、课程简介

管理哲学是管理学科和哲学学科领域尚待建设的前沿学术阵地。一方面,哲学反思与研究的是人与世界的基本性、普遍性关系。管理是人类的一种活动,而且是一种普遍性活动,这种活动反映的是人与自然、人与社会也就是人与世界的一种普遍性关系,所以,哲学理应关注并反思人类的这一活动——管理。另一方面,从管理思想史的角度看,管理实践在人类社会不同历史发展阶段的不同形态与表现,推动了人类对于管理的思想认识由感性到理性的不断发展,以及管理思想与理论的不同历史形态的形成。正如管理学诞生之前的管理思想形态和内容,反映了农业社会、自然经济和封建制度的社会需求与特点,现代管理学适应和反映了工业社会、市场经济和民主政治制度的需求一样,人类后工业社会和全球化、多元化、信息化等特征,给现代管理学提出了许多其知识体系和理论框架内难以应对的问题和挑战,这使人类管理思想的持续创新成为客观之需。正是在上述两个方面的作用之下,管理哲学的研究与探讨,成为当代管理学界的一个前沿性话题,尽管这一话题目前还处于众说纷纭、莫衷一是的境界。

本课程依据研究生教育的特点,着眼于研究生创新教育的需求,立足人类管理实践与管理思想的发展历史,以人文主义的精神和哲学的视角,探讨管理思想的发展规律和管理哲学的存在价值,期望以形而上的境界,培养管理学科的学生更高更前的理论水平和创新能力。

九、教学目标

本门课程的学习,要求学生前期铺垫基本的管理思想史和哲学常识,在此基础之上,期望通过这一门课程的进一步教学,培养学生基本的相关人文知识和哲学思维,并引导学生以哲学的思维,总结与反思管理学理论与知识,提高学生对于人类管理实践与思想的分析理解能力,以及对于现当代管理学理论的创新应用能力。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	1.1 有关基本概念辨析 1.2 人类管理实践的发展与规律 1.3 人类管理思想的演进与规律 1.4 管理哲学的存在辨析	理论课
2	4	2.1.1 周与先秦：中华礼乐文明传统的形成 2.1.2 秦与汉：文化一统与“外儒内法” 2.1.3 唐朝：儒释道并举与文化之勃兴 2.1.4 宋与元：市民阶层的壮大与内省精致的新文化 2.1.5 明清之沦落：政治高压与文化专制的恶果 2.1.6 民族独立与近代化：中华人文流变的近代主旋律	理论课
3	4	2.2.1 古希腊：人本哲学的形成与人文教化的传统 2.2.2 古罗马与中世纪的政教合一 2.2.3 文艺复兴的人文主义思潮 2.2.4 启蒙运动：科学的启蒙与西方近现代主流人文思潮 2.2.5 19 世纪：科学主义与工业革命 2.2.6 管理学的兴盛与 20 世纪的人文危机	理论课
4	4	3.1.1 泰勒的管理心理革命：由经验到科学 3.1.2 法约尔的伟大贡献：管理的基本问题与基本原则 3.1.3 马克斯·韦伯的官僚组织理论 3.2.1 人的社会性与复杂性：霍桑实验的基本发现 3.2.2 切斯特·巴纳德的贡献：管理组织的社会系统性	研讨课
5	4	3.2.3 人际关系运动背景下的管理思想的发展 3.3.1 对于基本问题的再思考与战略管理的出现 3.3.2 对于管理科学性的再思考 3.3.3 管理理论丛林与人类管理思想的前景	研讨课
6	4	4.1.1 哲学的概念 4.1.2 哲学的基本命题 4.1.3 哲学的基本特性 4.1.4 管理哲学的界定	理论课
7	4	4.2.1 管理的本质 4.2.2 管理的系统与主客体关系 4.2.3 管理的认识与实践	理论课
8	4	4.3.1 管理方法论的地位与作用 4.3.2 管理方法论的历史流变 4.3.3 现代管理方法论的特征分析	理论课
9	4	4.4.1 价值与价值观在管理哲学中的意义与性质 4.4.2 组织管理中的价值构成与价值体系 4.4.2 价值冲突与价值管理	理论课
合计	36		
其中理论课课时：28 研讨课课时：8 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《服装市场研究》课程教学大纲

一、课程中文名称：服装市场研究

课程英文名称：Clothing market research

二、课程编码：19052164

课程类别：☐ 必修课 ☒ 选修课

三、总学时：36 学分数：2
 开课学期：2 考核方式：考查

四、适用学科：工商管理

五、预备知识要求：市场营销学、服装学

六、使用教材（讲义）

《中国市场服装品牌价值研究》 于君英 主编 企业管理出版社

主要参考书目（文献）：

1. 沈蕾，《中国市场服装品牌价值研究——大陆板块全景图》清华大学出版社，2010
2. 李宏，《中国市场服装品牌价值研究——渠道通路新格局》清华大学出版社，2012
4. 马海燕，《中国服装产业国际竞争力研究：全球价值链的视角》，中国地质大学出版社，2010

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：张正林 副教授

八、课程简介

《服装市场研究》课程主要讲述了中国市场服装品牌价值的研究背景和研究方法，重点解码了服装品牌价值的各单项构成指标及中国市场的相应百强品牌，进而深入分析了不同性别、不同年龄、不同收入和不同城市的消费者所对应的服装时尚风向，可以为我国服装企业提升品牌价值提供借鉴和指导。

十、教学目标

学习掌握中国市场服装品牌价值的研究背景和研究方法，了解我国服装品牌市场基本现状，掌握服装时尚风向评判方法，为我国服装企业提升品牌价值提供借鉴和指导。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容（包括课堂讲授、实验、讨论、考试等）	教学方式
1	4	第一章 我国市场服装品牌发展概况 1 我国现代意义的品牌发展 2 2005—2010 年服装消费特征 3 我国服装品牌发展特征 4 开展系统性服装品牌建设的意义	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第二章 服装品牌价值研究理论 1 研究背景 2 品牌价值的作用 3 不同视角的品牌价值研究现状 4 服装品牌价值研究现状	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第三章 服装品牌价值指标及样本设计 1 评价指标选择标准 2 品牌价值评价指标诠释 3 服装品牌选择 4 样本分布结果	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第四章 消费者印象最深刻百强品牌 1 印象深刻度的内涵和计算 2 消费者印象最深刻的 100 个品牌分析 3 各单类最深刻品牌排名	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
5	4	第四章 消费者印象最深刻百强品牌 4 印象最深刻百强品牌综合分析 5 运动品牌耐克和阿迪达斯的比较 6 提升印象深刻度的策略	课堂讲授案例讨论相结合
6	4	第五章 知名度最高百强品牌 1 品牌知名度的内涵和度量 2 综合品牌知名度 100 个品牌 3 各单类印象知名度最高品牌	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
7	4	第五章 知名度最高百强品牌 4 知名度百强综合分析 5 休闲服品牌美特斯邦威与真维斯比较 6 提升品牌知名度的策略	课堂讲授案例讨论相结合
8	4	第六章 品牌溢价最高百强品牌 1 品牌溢价的内涵和度量 2 品牌溢价最高的综合品牌排名 3 各单类品牌溢价排名	课堂讲授与课堂研讨相结合
9	4	第六章 品牌溢价最高百强品牌 4 综合分析 5 世界顶级品牌乔治阿玛尼和范思哲比较 6 打造品牌溢价的策略	课堂讲授案例讨论相结合
合计	36		
其中理论课课时：20 研讨课课时：16 实验实践环节课时：0			