



西安工程大学
XI'AN POLYTECHNIC UNIVERSITY

专业型硕士研究生 培养方案及课程教学大纲

学科代码：125100

学科名称：工商管理

培养单位：MBA 教育中心

MBA 教育中心 研究生院

二〇一八年十二月

目 录

1. 全国工商管理硕士（MBA）教育指导委员会《关于工商管理硕士研究生培养过程的若干基本要求》	1
2. 工商管理（125100）专业型硕士研究生培养方案	3
3. 工商管理课程教学大纲	8
《社会主义市场经济导论》	8
《商务英语》	10
《财务管理》	12
《数据、模型与决策》	15
《战略管理》	18
《营销管理》	20
《信息系统与信息资源管理》	22
《会计学》	24
《生产与运作管理》	26
《组织行为学》	28
《管理经济学》	30
《人力资源管理》	32
《创新管理》	34
《发展经济学》	36
《企业经营模拟》	39
《薪酬与绩效管理》	41
《企业伦理与文化》	43
《国际人力资源管理案例》	45
《领导方法与艺术》	47
《人才学》	49
《创业管理》	51

《管理学》	54
《管理沟通》	56
《企业制度与公司治理》	58
《纺织与服装贸易》	60
《税收理论与实务》	62
《资本运营与纳税筹划》	64
《投资学》课程教学大纲	67
《金融市场与风险管理》	69
《国际金融》	71
市场研究	73
《消费者行为学》	75
《网络营销》	77
《服装市场研究》	79
《服装供应链管理》	81
《高级公共政策分析》	83
《社会治理》	85
《社会心理学》	87
《管理思想与哲学》	89
《INTERNATIONAL MANAGEMENT》	92

全国工商管理硕士（MBA）教育指导委员会

关于工商管理硕士研究生培养过程的若干基本要求

一、教师

教师是 MBA 教育质量的基本保证。要求做到：

1. 教师在完成授课任务后、考试前，一定要由教学主管部门组织学生进行评估，并将评估结果反馈给教师。各学校可根据自己的实际，设计评估表和确定评估方法。评估表格要保存，以便抽查。
2. 在 MBA 的任课教师中，具有一定的教学经验并具有博士学位、或副教授职称、或任现职五年以上的讲师比例不应小于 80%。
3. 教师授课之前必须将本课程的教学计划与大纲（教学日历）发给学生并交有关管理部门存档备案。

二、教学

教学环节是 MBA 质量保证的基础。务必做到以下几点：

1. 各试点院校必须开设以下九门核心课程：
 - （1）管理学
 - （2）管理经济学（或经济学）
 - （3）运筹学（或管理统计学、应用统计）
 - （4）会计学
 - （5）财务管理
 - （6）市场营销
 - （7）生产与运作管理
 - （8）管理信息系统（计算机辅助管理）
 - （9）战略管理
2. 必须完成 MBA 教育指导委员会规定的课时和学分，即每个全时学生至少要有 600 学时的专业课学习（不含政治、英语），半时学生至少要有 500 个专业课时（不含政治、英语）；每个学生应修满 45 个标准学分，其中大部分学分应通过考试取得。
3. 根据各课程的特点，MBA 教育指导委员会决定每门课程教学中至少应采用一定的案例数。各课程的最小案例数如下：

管 理 学	3	管理经济学	3	会 计 学	4
财务管理	4	市场营销	5	管理信息系统	2
战略管理	5	运营管理	4	人力资源管理	3

运筹学或统计学鼓励使用案例。其它选修课建议至少采用一个案例。

4. 学生上课出勤情况必须严格记录，凡每门课程缺课累计在 1/3 以上的学生必重修该门课程。
5. 保证每位学生至少有 20 个小时的计算机上机操作时数。

三、管理

为保证 MBA 培养的实力和秩序，要求各院校必须做到：

1. 具有统一的 MBA 的组织管理体制及实力集中的培养机构，即各院校 MBA 招生和教学必须统一管理，不允许一个院校多家同时招收和培养 MBA。
2. 具有统一、完善的 MBA 教育和培养的规章制度。
3. 具有规范的各开设课程的教学大纲和比较系统的教学管理文件。

全国工商管理硕士（MBA）教育指导委员会

西安工程大学

专业型硕士研究生培养方案

学科名称：工商管理

学科代码：125100

一、培养目标

传承“实业报国、负重奋进”的百年办学精神，秉承“厚德、弘毅、博学、笃行”的校训，致力于培养管理知识丰富、社会责任感强，具有国际视野、创新精神和西商文化底蕴的高级工商管理人才。基本要求为：

- 1、拥护党的基本路线和方针政策，热爱祖国，遵纪守法，具有良好的道德品质和创业精神，具有科学严谨和求真务实的学习态度和工作作风，身心健康。
- 2、能够系统地掌握现代管理知识和必要的基础理论，了解国内外经济与社会发展的新动态和现代管理理论的新发展。
- 3、掌握解决实际问题的技能，有较强的应变能力、决策能力、沟通能力、组织协调能力、团队合作能力，勇于开拓、善于创新。
- 4、比较熟练地掌握一门外语，能较顺利地阅读本专业外文资料，并具有处理涉外业务及一般对外交往能力。

二、学科简介及研究方向

（一）学科简介

MBA 是工商管理硕士(Master of Business Administration, 简称 MBA)的英文缩写。MBA 作为一种国际可比的专业学位，主要是为工商企业和经济管理部门培养高层次、复合型管理人才。西安工程大学作为我国西部地区唯一的一所以纺织服装为特色的多学科综合性大学，在 2010 年经国务院学位委员会批准，成为开展 MBA 教育的培养单位。

西安工程大学 MBA 教育的办学定位：立足陕西，放眼中西部，辐射整个丝绸之路经济带，面向企业中高层管理人员，突出纺织、服装行业特色，培养能够适应国家“一带一路”战略倡议和新一轮西部大开发战略、陕西省“追赶超越”战略、陕西自贸区发展战略要求的经营管理者，服务陕西及西部经济社会的发展。办学思路：立足西部，服务纺织服装行业，以保证和提高人才培养质量为核心，以建设高水平的师资队伍和构筑高起点的 MBA 教育教学体系为支撑，发挥学校的学科优势，坚持教育创新，深化教学改革，稳步发展 MBA 教育项目，逐步形成我校 MBA 教育项目的鲜明特色。

在教学过程中，西安工程大学 MBA 教育在不断学习兄弟院校成功经验的同时，按照 MBA 教育的要求，结合自身特点，密切联系实际，努力走上创新、发展的道路。

（二）研究方向

研究方向主要有人力资源管理、战略决策、营销管理、财务管理。

1、人力资源管理方向。本方向综合运用现代管理科学、心理学、组织行为学、社会学、人类学等理论和方法，以现代人力资源管理理论为基础，多角度、多层面研究现代企业中人力资源管理的相关问题，包括员工激励、雇佣关系、人力资本、社会资本、压力管理、人才培养、绩效管理等。

2、战略与决策方向。该方向综合运用现代企业生产理论、决策理论，围绕新形势下企业本土化（柔性）战略管理模式、企业决策及组织创新、企业技术管理、工程项目可行性分析、投资决策与资源利用等问题开展研究。

3、营销管理方向。该方向主要围绕网络环境下的市场营销、企业竞争力、市场定价、顾客资产、渠道建设等展开研究，同时结合营销学和电子商务、网络经济相关理论展开学科交叉课题的研究，并依据行业背景深入开展竞争能力评价及营销战略研究。

4、财务管理方向。本方向以财务理论为基础，以财务决策为重点，以经济发展与税制改革为依托，围绕资本市场中的期权定价、股票投资价值、产权转移、纺织经济、战略成本管理等方面进行研究。

三、培养年限

专业学位硕士研究生学制为 3 年，最长学习年限不超过 5 年。

四、培养方式

1.全日制专业学位研究生采取课程学习、专业实践和论文撰写相结合的培养方式。课程学习主要在校内完成，时间一般为 1 学年。专业实践可在现场或实习单位完成，时间不少于 0.5 年，学位论文工作时间原则上不得少于 1.5 年。

2.专业学位硕士研究生的培养实行双导师负责制，校内导师遴选具有工程实践经验的硕士生导师担任，校外导师遴选具有高级职称的企业高管担任。校内外导师联合指导，以校内导师指导为主，校外导师参与实践过程、项目研究、课程与论文等多个环节的指导工作。

3.全日制专业学位研究生采取在校脱产学习方式。非全日制专业学位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

专业学位硕士研究生的课程学习和实践环节实行学分制。申请学位需至少修满 48 学分，其中学位课 36 学分，选修课不少于 6 学分，必修的实践环节 6 学分。修完培养方案中规定的课程，成绩合格，达到规定的 48 学分后，方可进入学位论文阶段。具体课程模块设置及学分构成如下表。

课程类别		课程名称	课程代码	开课学期	学分	学时	考核方式	备注
学位基础课	公共基础课	社会主义市场经济导论	19101029	1	2	36	考试	
		商务英语	19052257	1	3	54	考试	
	核心课	财务管理	19052234	1	3	54	考试	
		数据、模型与决策	19052205	1	3	54	考试	
		战略管理	19052206	1	2	36	考试	
		营销管理	19052207	1	2	36	考试	
		信息系统与信息资源管理	19052211	1	2	36	考试	
		会计学	19052227	1	3	54	考试	
		生产与运作管理	19052233	1	2	36	考试	
		组织行为学	19052247	1	2	36	考试	
	专业必修课	管理经济学	19052248	1	2	36	考试	
		人力资源管理	19052210	2	2	36	考试	
		创新管理	19052213	2	2	36	考试	
		发展经济学	19052221	2	2	36	考试	
	专业选修课	基础选修课	企业经营模拟	19052252	2	2	36	考试
薪酬与绩效管理			19052224	2	2	36	考查	
企业伦理与文化			19052249	2	2	36	考查	
国际人力资源管理案例			19052242	2	2	36	考查	
领导方法与艺术			19052263	2	2	36	考查	
人才学			19052251	2	2	36	考查	
创业管理			19052251	2	2	36	考查	
管理学			19052208	2	2	36	考查	
管理沟通			19052250	2	2	36	考查	
企业制度与公司治理			19052244	2	2	36	考查	
纺织与服装贸易	19052260	2	2	36	考查			

课程类别	课程名称	课程代码	开课学期	学分	学时	考核方式	备注
特色选修课	税收理论与实务	19052259	2	2	36	考查	
	资本运营与纳税筹划	19052241	2	2	36	考查	
	投资学	19052256	2	2	36	考查	
	金融市场与风险管理	19052223	2	2	36	考查	
	国际金融	19052258	2	2	36	考查	
	市场研究	19052254	2	2	36	考查	
	消费者行为学	19052253	2	2	36	考查	
	网络营销	19052255	2	2	36	考查	
	服装市场研究	19052261	2	2	36	考查	
	服装供应链管理	19052262	2	2	36	考查	
	高级公共政策分析	19052209	1	2	36	考查	
	社会治理	19052219	2	2	36	考查	
	社会心理学	19052249	2	2	36	考查	
	管理思想与哲学	19052227	2	2	36	考查	
	International Management (国际管理)	19052233	2	2	36	考查	
	Fashion Merchandising Planning & Control (服装商务规划与控制)	ITC529	2	2	36	考试	
	International Trade and Foreign Direct Investment in Textiles & Clothing (纺织服装国际贸易与投资)	ITC512	2	2	36	考试	
	Strategic Quality Management (战略质量管理)	ITC522	2	2	36	考试	
	Quality Assurance in Textiles & Clothing (纺织服装的质量保证体系)	ITC502	2	2	36	考试	
Current Issues in Fashion Business (服装行业商务专题)	ITC508	2	2	36	考试		
专业实践	拓展性团队训练		1	1	2天	合格证书	
	管理软件应用		2	2	—	实验报告	
	学术讲座		1-3	1	6次	讲座记录表	
	商务实践		3-4	2	—	实践报告	

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 40 篇（其中外文文献不少于 15 篇）。

MBA 论文选题强调实践导向和应用导向。论文选题一般应来源于学员所在企业（或机构）的管理工作实际，所选主题应围绕该企业（或机构）管理实践中的独特现象，能反映其最新的管理实践，且是亟待研究和解决的实际管理问题。鼓励 MBA 学员选择西部地区社会经济、企业（或机构）管理问题为题。

开题报告应论述学位论文选题依据、研究方案、工作计划等关键问题。内容包括：题目、文献综述（5000 字左右）、研究内容、研究方案、研究进度安排、预期达到的水平、存在的问题等。

（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

学位论文必须由学生在导师指导下独立完成。学位论文的撰写应兼具实践性和专业性。一方面，强调学员对于具体的管理现象、管理实践的系统性描述，以及对本土化管理问题的提炼与总结能力；另一方面，要求学员能够正确应用管理理论与方法，对实际管理问题进行分析，所形成的管理思路和管理解决方案应对同行业/同类型企业（或机构）具有一定的参考价值。同时学生必须秉持严谨的专业态度、学术道德和学术规范，最终达到资料可靠、理论方法正确、思路清晰、工作量充足。

学位论文的类型建议选择：管理案例型、专题研究型、企业诊断与咨询报告型、创业计划书/商业计划书型。具体成文可以是学术论文，也可以是专题研究报告、高质量的调研报告、企业诊断报告或高质量的实际案例研究等。

评价论文水平主要是考查其综合运用所学理论和方法解决实际问题的能力，看其内容是否有创新见解或其实用价值如何。学位论文正文字数原则上不少于 3 万字，工作时间不少于 1.5 年。

八、毕业及学位授予

修满规定学分，并通过论文答辩者，经学校学位评定委员会审核，授予 MBA 硕士专业学位，同时获得硕士研究生毕业证书。

西安工程大学

研究生《社会主义市场经济导论》课程教学大纲

一、课程中文名称：社会主义市场经济导论

课程英文名称：An Introduction to Socialist Market Economy

二、课程编码：19101029

三、总学时：36 学分数：2

开课学期：1 考核方式：考试

四、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：政治经济学

六、使用教材：社会主义市场经济导论/MBA

系列教材：肖忠东（作者），段兴民（作者）

七、开课单位：马克思主义学院

主讲教师姓名及职称：邱卫军 讲师

辅讲教师姓名及职称：刘 敏 讲师

八、课程简介

《社会主义市场经济导论》是 MBA 系列课程中的一门学位课。该课程通过系统研究中国特色社会主义经济理论和发展实践，介绍当今中国经济学界探索中国社会主义市场经济发展的理论前沿和实践成果；分析研究中国在构建社会主义市场经济体制中所面临的一些主要问题，如：我国经济社会发展中所取得的成就、社会主义初级阶段基本经济制度，社会主义市场经济的微观经济运行主体。收入分配制度和社会保障制度建设，社会主义市场经济体制的完善、加强市场经济体制建设、加强宏观经济调控和我国国家发展战略等问题，进而探索其解决问题的基本路径与政策方法。

九、教学目标

通过本课程学习，使学员掌握现代市场经济基本理论，运用其基本原理分析我国建立社会主义市场经济体制中存在或出现的一些问题，加深对社会主义市场经济发展中热点、难点、重点问题的理解与思考，为其他课程的学习奠定基础。

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	第一章 市场经济的基本问题 第一节 “市场经济”的概念 第二节 市场经济的基本功能和特征 第三节 市场经济的“市场失灵”问题 第四节 市场经济不是资本主义独有的	课堂讲授为主， 课后查阅资料与自学为辅
2	4	第二章 市场经济思想理论的历史演进 第一节 早期的和古典的市场经济学说 第二节 当代的市场经济理论 第三节 市场社会主义 第四节 社会主义市场经济	课堂讲授为主， 课后查阅资料与自学为辅
3	4	第三章 市场经济运行的机制 第一节 市场经济运行的一般原理 第二节 价值规律 第三节 供求规律 第四节 竞争规律 第五节 比例发展规律 第六节 周期波动规律	课堂讲授为主， 课后查阅资料与课堂讨论 为辅
4	4	第四章 社会主义市场经济下的企业制度与运营 第一节 产权界定与企业制度 第二节 公司 第三节 企业的生产决策 第四节 企业破产与兼并	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第五章 社会主义市场经济下的市场体系 第一节 市场体系概述 第二节 商品市场 第三节 生产要素市场	课堂讲授为主， 课后查阅资料与自学为辅
6	4	第六章 社会主义市场经济下的宏观调控 第一节 宏观调控概述 第二节 宏观调控的目标和手段 第三节 宏观经济政策	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第七章 社会主义市场经济下的社会保障制度 第一节 社会保障制度的产生和发展 第二节 社会保障制度的作用与构成 第三节 市场经济中的社会保障 第四节 公平与效率	课堂讲授为主， 课后查阅资料与自学为辅
8	4	第八章 市场经济全球化 第一节 市场经济全球化概述 第二节 市场经济全球化带来的机遇和挑战 第三节 社会主义市场经济下的对外开放	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第九章 社会主义市场经济体制的建设 第一节 市场经济体制的演变过程 第二节 现代市场经济体制的不同模式 第三节 社会主义市场经济体制建设	课堂讲授与课堂研讨结合
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《商务英语》课程教学大纲

一、课程中文名称：商务英语

课程英文名称：Business English

二、课程编码：19052257

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：工商管理硕士、管理科学与工程、社会发展与公共政策、新经济与金融工程

五、先修课程：大学英语、国贸概论

六、使用教材（讲义）

《国际商务实务英语》，景楠主编，对外经济贸易大学出版社。

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：任惠斌 副教授

八、课程简介

《商务英语》是 MBA 学生的公共学位课。按照工商管理硕士培养方案对商务英语课程的要求，本课程的教学目的是培养学生了解基本的国际商务概念和实务流程及内容，掌握基本的商务英语的词汇，培养初步的商务英语操作能力。通过该课程的学习和学生对其他商务相关知识的补充，学生应在原英语精读、泛读的能力基础上，能借助词典和参考书籍阅读、理解一般的商业合同、信函和单据，并能用英语做一般性的操作，对 MBA 学生这是一门实践性很强的外语课。

九、教学目标

通过本课程学习达到以下目标：

- 1、掌握商务英语基本的专业词汇和表达方式；
- 2、了解国际商务操作的基本内容和流程；
- 3、掌握主要国际贸易规则的基本知识；

4、能够借助工具书阅读、理解一般的商务文件；

5、具备一定的商务写作和交流能力。

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	Part I:Introduction of I.B.	讲授
2	4	Part I:Introduction of Business English	讲授
3	4	Part 2:I.B.Negotiation and CISG	讲授
4	4	Part 2:I.B.Negotiation and CISG	讲授
5	4	Part 3:International Business Contract	讲授
6	4	Part 4: Main INCOTERMS	讲授
7	4	Part 4: Main INCOTERMS	讲授
8	4	Part 5: I.B. Shipment	讲授
9	4	Part 5: Shipping Documents	讲授
10	4	Part 5: Insurance in I.B.	讲授
11	4	Part 6: International Payment	讲授
12	4	Part 6: International Payment	讲授
13	6	I.B. Procedures and Documentation	讲授
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《财务管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：财务管理

课程英文名称：Financial Management

二、课程编码：19052234

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：基础会计、经济学

六、使用教材

《财务管理》 卢家仪主编 清华大学出版社

主要参考书目（文献）：

1. 企业财务学(MBA)，王化成，人大与麦吉尔大学合作出版管理丛书
2. 财务管理学，王庆成、郭复初，面向 21 世纪课程教材
3. 财务管理（MBA）——栾庆伟、迟国泰，大连，
4. 公司理财（及公司财务 MBA）——欧阳令南,经贸委培训 教材
5. 现代企业财务管理（第 10 版），【美】詹姆斯·C·范霍恩，小约翰·M·瓦霍维奇、著，郭浩、徐琳/译，98、106
6. 公司财务管理——【美】道格拉斯·R·爱默瑞等著，荆新、王化成、李焰等译，99、11

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

《财务管理》或《公司理财》是 MBA 的核心课程之一，是实践性、应用性很强的一门学科，集中于研究公司如何才能创造和保持价值，如何在企业和市场内有效配置资源。在股份有限公司——

这种现代企业制度最主要的组织形式下，在公司生产经营过程中，对公司的资金流转及其损失的补偿进行预测、组织、协调、分析和控制是公司决策与管理活动的核心。从决策角度看，公司理财的决策内容包括投资决策、筹资（含股利分配）决策和净营运资金决策；从管理角度看，公司理财的职能主要是对资金筹集和资金运用的计划与控制。

九、教学目标

使学生在《财务管理》学习的基础上，掌握现代公司财务管理方法、公司治理模式与财务工具应用，了解资本市场的架构与基本运行模式。

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	绪言 第一章 财务管理概述（财务管理的目标、财务管理的职能、财务管理的内容、财务管理的原则、财务管理的环境、财务管理的体制（案例））	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第二章 财务报表分析 2.1 引言（管理者为何关注财务分析会计系统的功能；管理者肩负诚信责任） 2.2 概述	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第二章 财务报表分析 2.3 基本财务比率与分析； 2.4 财务报表分析的应用（案例）	课堂讲授案例讨论相结合
4	4	第三章 财务计划 3.1 财务预测 3.2 利润规划	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
5	4	第三章 财务计划 3.3 财务计划(全面预算体系、现金预算的编制、预计财务报表的编制、弹性预算)	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第四章 财务管理的价值观念 4.1 货币的时间价值 4.2 风险和收益	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
7	4	第五章 资本性资产管理 5.1 资本性资产管理 5.2 投资项目评价的基本方法	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第五章 资本性资产管理 5.3 投资项目评价方法的应用 5.4 投资项目的风险与跟踪分析（案例）	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第六章 公司自有资本筹集 6.1 发行股票筹资 6.2、股利分配	课堂讲授与课堂研讨相结合

周次	学时	教学内容	教学方式
10	4	第七章 公司借入资本筹集 7.1 中长期借款筹资发行债券筹资融资租赁 7.2 商业信用和运营政策	课堂讲授为主，课后 查阅资料与自学为辅
11	6	第八章 资本成本和资本结构 8.1 资本成本 8.2 财务杠杆 8.3 资本结构	课堂讲授案例讨论相 结合
12	4	第九章 流动资产投资管理 9.1 现金的管理； 9.2 有价债券的管理；	课堂讲授与课堂研讨 结合
13	4	9.3 应收账款的管理； 9.4 存货的管理	课堂讲授与课堂研讨 结合
合计	54		
其中理论课课时：42 研讨课课时：12 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《数据、模型与决策》课程教学大纲

一、课程中文名称：数据、模型与决策

课程英文名称：Data, Model and Decision

二、课程编码：19052205

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：概率论基础知识

六、使用教材

《数据、模型与决策》，机械工业出版社，作者：戴维.R.安德森，丹尼斯.J.斯威尼等 5 人，原书第 13 版的中译本

主要参考书目（文献）：

《运筹学——数据、模型与决策》，徐玖平、胡智能；科学出版社，2006。

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：丁冬 副教授

八、课程简介

《数据、模型与决策》是 MBA 学生的学位课程，是管理决策的重要技术基础课程。管理的本质在于决策，而决策的依据是蕴涵在大量事实与数据中的客观规律，本课程的主要内容是，运用各种优化模型来描述、分析和求解问题，从而支持决策。因此，本课程包含了管理者必须具备的知识、分析方法和软件工具，对于 MBA 学员来说，是非常重要的课程。

九、教学目标

本课程的教学目的是使学生通过学习，熟悉各种模型及其在 Excel 软件中的实现方法，通过运用功能强大的 Excel 软件完成模型的建立、求解最优化方案，为解决工作中的实际问题打下良好的基础。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方式
1	4	第1章 导论 1.1 课程概论 1.2 管理科学决策过程 1.3 定量分析步骤	讲授
2	4	第2章 线性规划导论 2.1 线性规划模型 2.2 线性规划的图解法 2.3 线性规划的计算机解法	讲授、案例研讨
3	4	第3章 灵敏度分析与最优解 3.1 灵敏度分析 3.2 多于两个决策变量的情况	讲授、案例研讨
4	4	第4章 线性规划的应用 4.1 市场营销应用 4.2 投资组合 4.3 财务计划	讲授+研讨
5	4	第4章 线性规划的应用 4.4 生产管理 4.5 劳动力分配	讲授+研讨
6	4	第5章 分配与网络模型 5.1 运输问题 5.2 转运问题 5.3 指派问题	讲授+研讨
7	4	第5章 分配与网络模型 5.4 最短路径问题 5.5 最大流问题 5.6 生产和库存应用	讲授+研讨
8	4	第6章 整数线性规划 6.1 整数线性规划及其分类 6.2 整数线性规划的应用	讲授+案例研讨
9	4	第7章 目标规划 7.1 目标规划模型 7.2 目标规划模型的图解法 7.3 较复杂的目标规划模型	讲授
10	4	第8章 时间序列分析与预测 8.1 预测方法概论 8.2 时间序列的模式	讲授
11	4	第8章 时间序列分析与预测 8.3 移动平均法和指数平滑法 8.4 回归分析	讲授

周次	学时	教学内容	教学方式
12	4	第9章 项目安排: PERT/CPM 9.1 活动时间已知的项目安排 9.2 活动时间不确定的项目安排 9.3 时间-成本优化	讲授+案例研讨
13	6	第10章 库存模型 10.1 库存模型的几个概念 10.2 经济订货量(EOQ)模型 10.3 经济生产批量模型 10.4 有计划缺货模型	讲授+研讨
合计	54		
其中理论课课时: 38 研讨课课时: 16 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：19052206

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：管理学、市场营销管理、生产运作管理、人力资源管理、财务管理、技术经济学

六、使用教材（讲义）

1. 张文松编著. 战略管理——获取竞争优势之道（第一版）. 机械工业出版社
2. 王方华. 企业战略管理（第二版），复旦大学出版社，2006
3. [美]M.A.希特，R.D.爱尔兰，R.E.霍斯基森著. 战略管理：竞争与全球化（概念）. 机械工业出版社，2003.
4. [美]M.E.波特著. 竞争战略. 华夏出版社，1997.
5. [美]M.E.波特著. 竞争优势. 华夏出版社，1997.

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

在充分把握国际上管理学教育的最新动态、吸纳融合本学科最新研究成果和实践经验的基础上。通过本课程的教学，一方面使学生正确掌握战略管理的基本原理和分析方法，形成系统的知识体系，并具有应用所学知识分析和处理实际问题的能力；另一方面，通过强化案例教学环节，加深学生对管理者承担角色的理解，使学生了解不同行业的商业环境及公司管理中面临的战略问题，加深对实

际管理情境的理解，提升对所学理论知识的应用能力和分析能力。

除理论教学、案例教学之外，适当增设课程作业或课程设计等实践性教学环节，锻炼学生分析、研究和解决战略管理实际问题的基本能力。同时，注重培养学生的自主学习能力，通过课外查阅和学习相关文献资料，加深对课程内容的理解，并能时刻关注战略管理领域的最新发展态势。

九、教学目标

本课程着眼于培育 MBA 学生战略性思维及其战略管理能力。通过学习使 MBA 学生熟悉战略管理的意义、逻辑脉络、企业使命与目标、企业核心竞争力、企业战略的决策流程，熟练掌握企业内外部环境分析的基本方法、企业总体战略和竞争战略的制定与选择方法以及企业战略的实施与控制过程。课程教学旨在培养 MBA 学生在企业管理实践中，具有分析公司战略问题的思维和能力，能够运用战略管理理论和方法诊断并解决企业战略现实问题。

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	战略管理导论	讲授
2	4	外部环境及企业内部条件分析	讲授
3	4	案例研讨	研讨
4	4	企业使命与战略目标的设定	讲授
5	4	战略态势选择	研讨
6	4	案例研讨	讲授
7	4	竞争战略及职能战略	讲授
8	4	战略实施与控制	研讨
9	4	案例研讨	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《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：19052207

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：管理学原理、西方经济学、应用统计学

六、使用教材（讲义）

Philip kotler,《营销管理》，上海人民出版社

主要参考书目（文献）：

1. 威廉.D.皮诺特, E.J.麦卡锡（美国），张红霞译，营销精要（第八版），北京大学出版社
2. 吴健安, 郭国庆, 钟育赣, 市场营销学, 高等教育出版社
3. 亨利.阿塞尔（美国），韩德昌译，消费者行为和营销策略，机械工业出版社
4. 曾国安, 战略市场营销, 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：成爱武 教授

辅讲教师姓名及职称：吴云燕 副教授

八、课程简介

营销学是一门经济管理学科，是企业管理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硕士研究生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、制定营销战略、策略的原则和程序，掌握目标营销策略、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，从而培养其运用现代营销理念创造性开展营销管理活动的的能力。

营销学是一门实践性很强的应用学科，因此学习本课程的基本要求就是密切联系实际。通过联系实际，真正掌握营销理论和有效运用其方法解决企业的营销问题。

九、教学目标

本课程是工商管理硕士(MBA)专业必修课及相关专业硕士研究生选修课。通过本课程的学习，使学生能系统地理解和掌握市场营销管理的基本概念、原理、步骤与技术方法；了解营销思想和营销概念的产生和演变过程；洞察营销的发展变化趋势；并在熟练掌握上述内容的基础上能应用有关理论和方法分析具体企事业营销中的具体问题，成为具备营销实战能力的管理人才。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方式
1	4	1.市场营销与市场营销管理 2.营销战略和计划	讲授、研讨
2	4	3.营销机会分析	讲授、案例分析
3	4	4.消费者市场 5.企业市场	讲授、研讨
4	4	6.目标市场营销战略	讲授、案例分析
5	4	7.市场竞争战略	讲授、研讨
6	4	8.产品策略	讲授、研讨
7	4	9.产品开发和市场开发	讲授、案例分析
8	4	10.定价策略 11.分销策略	讲授、研讨
9	4	12.促销策略 13.市场营销的组织管理	讲授、案例分析
合计	36		
其中理论课课时：23 研讨课时：13 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《信息系统与信息资源管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：信息系统与信息资源管理

课程英文名称：Principle and application of information system

二、课程编码：19052211

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：管理学、生产运作与管理

六、使用教材（讲义）

1. 邝孔武, 王晓敏, 信息系统分析与设计, 清华大学出版社(第三版), 2006.4, ISBN 9787302124979
2. 张国锋, 管理信息系统, 机械工业出版社, 2001
3. Raymond McLeod, Jr. and George Schell, MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS, Prentice-Hall, 2001, 8/E

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：张彤 教授

辅讲教师姓名及职称：王渊 教授

八、课程简介

性质：管理类专业选修课

在学生已经掌握管理科学与现代信息技术的基本知识与技能的基础上，系统地讲授对社会、经济、管理、工程领域中的信息系统进行分析与设计的方法，从而使具备承担企事业单位信息系统规划、信息系统分析与设计、信息系统实施、信息系统管理等工作的能力

本课程主要学习管理信息系统的基本概念、基本理论，着重讲述管理信息系统开发技能，培养学生开发实际应用系统的基本素质和项目开发的能力。为在信息化社会正确地运用信息系统，科学的组织、管理和领导信息系统的开发、运行、维护等工作打下基础。主要介绍：信息系统及其管理等有关基本概念；信息系统战略规划、开发策略；信息系统需求分析和可行性分析；信息系统的

逻辑设计、总体设计、详细设计、数据库设计、系统物理配置以及信息系统的程序实现、系统测试、系统切换和运行；信息系统的运行、维护的工作方法。

九、教学目标

“信息系统与信息资源管理”是一门综合性课程，通过构建信息系统与信息资源管理的知识体系，去认知和把握信息系统与信息资源管理的内涵与外延，熟悉企业管理信息化的演化过程，深刻认识和理解互联网引发的“技术-经济大变迁”，思考移动互联、物联网、云计算、互联网+、大数据、工业 4.0 对国家、企业 and 个人的影响，掌握信息系统与信息资源管理的理论、方法与技能，具备分析与解决工业化与信息化融合过程中相关问题的能力。同时“信息系统与信息资源管理”又是一门实践性很强的课程，因此，在教学中尽可能地引进和使用案例，要求学生在 学习过程中积极参与案例讨论，以提高对实际问题的分析能力。

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	第一章 基本概念 第二章 组织中的信息系统 第三章 企业的运行	讲授
2	4	第四章 业务流程重组 第五章 管理信息系统与现代管理办法 第六章 管理信息系统的开发方法	讲授
3	4	第七章 结构化系统开发方法	讲授
4	4	第八章 系统规划	讲授
5	4	第九章 系统分析	讲授
6	4	第十章 系统设计	讲授
7	4	第十章 系统设计	讲授
8	4	第十一章 系统实施	讲授
9	4	第十一章 系统实施	讲授
合计	36		
其中理论课时：26 研讨课时：10 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《会计学》课程教学大纲

一、课程中文名称：会计学

课程英文名称：Accounting

二、课程编码：19052227

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：无

六、使用教材

《会计学》刘永泽，陈文铭主编 东北财大出版社

主要参考书目（文献）：

1. 陆正飞，《会计学》，北京大学出版社，2007
2. 夏冬林，《会计学》，清华大学出版社，2006
3. 阎达五，《会计学》，中国人民大学出版社，2011
4. 戴德明，《财务会计学》，中国人民大学出版社，2009

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

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，企业管理者只有充分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。

在课程内容的选取上，应针对 MBA 教育的特点，将会计核算与企业的管理活动有机的融合起来，不过分强调会计的技术性，在阐述会计基础知识的同时，联系并引入会计所处的资本市场信息披露环境、公司治理环境，使学生置身于真实的经济环境当中，从更高层面理解各种会计处理背后更深层次的经济内涵和实质，并增强学生的职业道德意识和法律责任意识。

九、教学目标

- 1、明确会计的基本职能
- 2、掌握会计的基本概念
- 3、了解会计信息产生的基本过程
- 4、掌握财务报告分析的基本方法

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	第一章 总论 1.会计的意义 2.会计与企业 3.财务报告及其要素	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第二章 会计核算基础 1.会计核算的基本前提 2.财务报告要素确认、计量的原则 3.复式记账与借贷记账法	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第三章 会计循环	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第四章 货币资金与应收项目	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第五章 存货	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第六章 投资	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第七章 固定资产与无形资产	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第八章 负债	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第九章 所有者权益	课堂讲授与课堂研讨结合
10	4	第十章 费用与成本	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
11	4	第十一章 收入与利润 1. 收入及其分类 2. 收入的确认与计量	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
12	4	第十一章 收入与利润 3. 利润及其分配	课堂讲授与课堂研讨结合
13	6	第十二章 财务报表列报	课堂讲授与课堂研讨结合
合计	54		
其中理论课课时：42			研讨课课时：12
			实验实践环节课时：0

西安工程大学

研究生《生产与运作管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：生产与运作管理

课程英文名称：Production and operations Management

二、课程编码：19052233

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：管理学

六、使用教材（讲义）

现代生产管理学，生产与运作管理教程，清华大学出版社，齐二石

主要参考书目（文献）：

- （1）生产与运作管理，电子工业出版社，任建标编著
- （2）现代生产管理学，清华大学出版社，潘家韬，第三版
- （3）生产与运营管理，中国人民大学出版社，黄卫伟

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：刘瑞霞 教授

八、课程简介

生产与运作管理 II 主要是研究企业内部各种资源的有效配置，其研究的对象是对企业创造产品或提供服务中各项活动进行计划、协调和实施，以达到为用户提供满意产品和服务目的。

基本要求：通过该课程学习，要求学生掌握生产与运作管理相关理论，掌握企业内部生产活动中各个环节的管理方法和相关知识。

九、教学目标

帮助学生建立系统的生产运作管理知识体系，了解运营管理的基本概念和分析方法，并掌握企业生产与运作管理的过程，了解及掌握 MRP、JIT、ERP、LP 等先进生产方式。采用案例教学法，

通过知识点的学习结合案例讨论和分析，帮助学生树立系统的生产运作管理观念和思想，培养学生独立思考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	教学方式
1	4	第一章 生产运作管理概述 第二章 生产运作战略与竞争力	讲授和案例研讨
2	4	第二章 生产运作战略与竞争力	讲授和案例研讨
3	4	第三章 产品与服务设计 第四章 生产过程的组织方式及工艺流程设计	讲授和案例研讨
4	4	第五章 设施选址与布局	讲授和案例研讨
5	4	第六章 生产运作能力设计	讲授和案例讨论
6	4	第七章 综合生产计划	讲授和案例研讨
7	4	第八章 库存管理与物资采购	讲授和案例研讨
8	4	第九章 设备综合管理	讲授和案例研讨
9	4	第十章 先进制造技术和管理技术	讲授和案例研讨
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			

西安工程大学

研究生《组织行为学》课程教学大纲

一、课程中文名称：组织行为学

课程英文名称：Organizational Behavior

二、课程编码：19052247

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、适用学科及专业：工商管理硕士

五、先修课程：管理学

六、使用教材

《组织行为学》 李剑锋 首都经济贸易大学出版社

主要参考书目（文献）：

1. 西蒙，《管理行为学》，机械工业出版社，2008
2. 彼得斯、沃特曼，《追求卓越：最佳企业的经验》，中信出版社，2009
3. 柯林斯，《基业长青：愿景型公司的成功习惯》，中信出版社，2009

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：冯冬燕 教授

辅讲教师姓名及职称：王 宁 讲师

八、课程简介

本课程是工商管理硕士（MBA）的核心课程之一，也是 MBA 其他各门课程的重要理论基础之一。组织行为学不但是工商管理的重要理论原理，而且是商务领域的关键基础知识，为变革管理与创新创业管理提供理论框架。从全球经济、高新技术和社会发展的趋势来看，组织行为问题已经成为变革、创新和发展的焦点；组织行为机制成为工商管理研究的主线；组织行为策略则成为工商管理的重要工具。本课程从个体、群体、组织等三个层面出发，聚焦胜任特征、激励机制、团队动力、沟通策略、领导能力、结构战略、组织文化、组织学习、变革发展和创业转型等重要问题，系统的学习和掌握有关职业发展技能、组织动态能力与核心竞争力的理论框架与提升策略。

九、教学目标

教学目标是使 MBA 学生能够充分认识到组织行为学对管理者的重要意义，要求学生掌握在个体、群体、组织三个层面所存在的普遍心理和行为规律，学会了解人、认识人和影响人的行为，开发和改善自己的人际技能。并且，要求学生能够将组织行为学的基本原理运用于管理工作实践，提高他们预测、引导员工行为的能力，使组织管理更富有成效。

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	第一章 组织行为 第二章 人格与能力	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第三章 工作动机	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第四章 员工满意 第五章 工作压力	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第六章 群体与团队	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第七章 人际沟通	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第八章 有效领导	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第九章 权利与冲突	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第十章 组织理论与设计	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第十一章 组织文化 第十二章 组织发展	课堂讲授与课堂研讨结合
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：0

西安工程大学

研究生《管理经济学》课程教学大纲

一、课程中文名称：管理经济学

课程英文名称：Management Economics

二、课程编码：19052248

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：管理学原理

六、使用教材（讲义）

参考书目：陈章武，管理经济学，清华大学出版社，2010年6月。

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：王渊 教授

八、课程简介

管理经济学是一门应用微观经济学，是工商管理、会计硕士专业的学位课。管理经济学主要以微观经济学的基本理论为基础，借助于决策科学的、数理统计学等学科的各种方法和工具，指导企业决策者高效率地配置稀缺资源，制定和实施能使企业目标得以实现的经济决策。管理自1950年代诞生以来，被国内外越来越多的商学院和管理学院采用为核心必修课程，表明了它在培养造就高水平经济管理人才过程中不可替代的重要作用。管理经济学的主要内容可分为微观经济理论、统计和优化方法、管理决策等三大部分内容。按学校国际化的要求，管理经济学授课均采用国际上著名教科书，教学分中文和双语两种方式，双语教学使用英文教材，全英文授课是未来的发展方向。通过本课程的学习，学员应该对现代市场经济运行机理有全面系统的了解，能用管理经济学的基本理论分析和解决企业所面临的管理问题，掌握企业经营统计、优化的分析工具和方法，熟悉企业常见的经营决策的一般规律和过程，能根据基本的管理经济学原理和具体经营环境，制定出科学的企业决策。

九、教学目标

竞争和企业价值最大化是管理经济学研究中始终围绕的两个主题。管理经济学的教学服务于三个目标：

- 1.运用经济学的方法思考和解决企业决策问题，为企业决策提供一个逻辑分析方法；
- 2.使学员精通和掌握经济学中涉及协调和配置企业活动和资源的范畴、方法和分析工具，为思考和分析适用于更多企业具体活动和问题的管理决策提供一个有效的决策思维方法；
- 3.使学生能够将所学的知识运用到企业战略性的决策分析中。

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	前言 第一章 绪论	讲授
2	4	第二章 需求与需求函数分析	讲授
3	4	第三章 需求函数的估计和预测	讲授
4	4	第四章 生产函数分析	讲授
5	4	第五章 成本函数分析	讲授
6	4	第六章 完全竞争市场企业经营决策分析 第七章 完全垄断市场的企业经营决策分析	讲授
7	4	第八章 垄断竞争与寡头垄断市场企业经营决策分析 第十章 要素市场与企业经营决策	讲授
8	4	第十一章 市场失灵与信息不对称	讲授
9	4	考试	研讨
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《人力资源管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：人力资源管理

课程英文名称：Human Resource Management

二、课程编码：19052210

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：管理学原理

六、使用教材（讲义）

参考书目：

- (1) 人力资源开发与管理，清华大学出版社，第四版，张德著
- (2) 人力资源开发概论，清华大学出版社，谢晋宇著
- (3) 人力资源管理-原理、技巧与应用，清华大学出版社，莫寰、张延平、王满四著

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：孙晓华 教授

辅讲教师姓名及职称：孙永生 副教授

八、课程简介

本课程属于研究生选修课，本课程开设的目的，一方面在于让学生使学生掌握有关人力资源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。

九、教学目标

- ◆ 掌握人力资源管理的重要理论与方法。
- ◆ 明确人力资源与企业战略、核心竞争力关系。
- ◆ 明确工作分析、工作设计、招募与甄选、培训与开发、绩效与薪酬等人力资源管理活动的方法、过程，通过案例分析、情景模拟等方式提升开展这些活动的能力与技巧。
- ◆ 熟知人力资源管理的实践动态，能系统性地考虑环境、战略与人力资源管理的关系。

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	人力资源管理产生的时代背景，人力资源管理的发展历程	讲授
2	4	基本概念	讲授
3	4	人力资源管理的基本理论，基本职能（工作分析、人力资源规划）	讲授
4	4	人力资源管理的基本职能（招聘、培训、职业管理）	讲授
5	4	工作分析案例、人力资源规划案例、招聘案例、培训案例、职业管理案例分析	讨论
6	4	人力资源管理基本职能（绩效管理、薪酬福利、员工管理）	讲授
7	4	战略人力资源管理，心理契约与组织支持感理论，人力资源管理者的角色与环境分析	讲授+讨论
8	4	雇佣关系的发展，组织柔性理论，组织学习理论等。	讲授+讨论
9	4	综合案例分析	学生讲授+讨论
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《创新管理》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：19052213

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：工商管理硕士

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年

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：刘岩 校聘副教授

辅讲教师姓名及职称：高艳慧 校聘副教授

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
1	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	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
3	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
4	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
5	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
6	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
7	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
8	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《发展经济学》课程教学大纲

一、课程中文名称：发展经济学

课程英文名称：Development economics

二、课程编码：19052221

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：西方经济学（宏观、微观）

六、使用教材（讲义）

中国发展经济学概论，何炼成，高等教育出版社，2001年

发展经济学，[英]A.P.瑟尔沃，中国人民大学出版社，2015年

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：王保忠 副教授

辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

发展经济学 (development economics), 20 世纪 40 年代后期在西方国家逐步形成的一门综合性经济学分支学科，是适应时代的需要兴起，在经济学的体系中逐渐形成的一门新兴学科，是主要研究贫困落后的农业国家或发展中国家如何实现工业化、摆脱贫困、走向富裕的经济学。

研究经济发展规律、经济发展与社会发展相互关系规律、以经济发展为基础的社会发展规律的经济学。严格意义上，经济学就是发展经济学。发展经济学要求用主客体的对称分析代替纯客体的线性分析，用五维空间分析代替平面二维分析，用复杂系统论分析代替还原论分析，用规范分析代替实证分析，用规模分析代替边际分析，用“边际效益分析”提升“边际效率分析”，用价值经济学代替价格经济学，用价值机制取代价格机制成为市场的核心机制，用国民福利体系代替 GDP 增长体系，用社会主义市场经济代替资本主义市场经济，用科学发展代替增长。秉持线性思维方式不可能建构

真正的发展经济学。

九、教学目标

发展经济学 (development economics), 20 世纪 40 年代后期在西方国家逐步形成的一门综合性经济学分支学科, 是适应时代的需要兴起, 在经济学的体系中逐渐形成的一门新兴学科, 是主要研究贫困落后的农业国家或发展中国家如何实现工业化、摆脱贫困、走向富裕的经济学。

研究经济发展规律、经济发展与社会发展相互关系规律、以经济发展为基础的社会发展规律的经济科学。严格意义上, 经济学就是发展经济学。发展经济学要求用主客体的对称分析代替纯客体的线性分析, 用多维空间分析代替平面二维分析, 用复杂系统论分析代替还原论分析, 用规范分析代替实证分析, 用规模分析代替边际分析, 用“边际效益分析”提升“边际效率分析”, 用价值经济学代替价格经济学, 用价值机制取代价格机制成为市场的核心机制, 用国民福利体系代替 GDP 增长体系, 用社会主义市场经济代替资本主义市场经济, 用科学发展代替增长。秉持线性思维方式不可能建构真正的发展经济学。

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 经济发展研究	课堂讲授
2	2	第 2 章 发展的差距与贫困的计量	课堂讲授
3	2	第 3 章 不发达的特征与结构变化	课堂讲授
4	2	第 4 章 制度在经济发展中的作用	课堂讲授
5	2	第 5 章 经济增长理论:为什么各国增长率不同	课堂讲授
6	2	第 6 章 农业和剩余劳动力对工业化的作用	课堂讲授
7	2	第 7 章 资本积累、技术进步与生产技术	课堂讲授
8	2	第 8 章 二元性、中心—外围模型与累积因果过程	课堂讲授
9	2	第 9 章 人口与发展	课堂讲授
10	2	第 10 章 发展中国家的资源配置	课堂讲授
11	2	第 11 章 项目评估、社会成本—收益分析和影子工资	课堂讲授
12	2	第 12 章 发展与环境	课堂讲授
13	2	第 13 章 来自国内资源的发展资金	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
14	2	第 14 章 外援、外债与发展	课堂讲授
15	2	第 15 章 贸易理论、贸易政策与经济发展	课堂讲授
16	2	第 16 章 国际收支、国际货币援助与发展	课堂讲授
17	2	课程讨论	课堂讲授
18	2	课程讨论	课堂讲授
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《企业经营模拟》课程教学大纲

一、课程中文名称：企业经营模拟

课程英文名称：Simulation of enterprise management

二、课程编码：19052252

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：管理学、经济学、基础会计学

六、使用教材

《ERP 企业模拟经营教程》钟晓鸣 主编 浙江工商大学出版社 第1版 (2011年11月1日)
及“企业经营模拟软件”

主要参考书目（文献）：

- 1、刘洪玉、刘丽，《企业经营模拟原理及 ERP 沙盘实训》，清华大学出版社，2013-01-01
- 2、蔡永鸿，《企业经营模拟实训教程》，清华大学出版社，2013-01-01
- 3、邓文博，《企业经营模拟沙盘实训》，华南理工大学出版社，2010-03-01

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：许益锋 副教授

辅讲教师姓名及职称：杨小红 副教授

八、课程简介

企业经营模拟仿真系统在企业培训课程中推出是适应了形势发展的需要，并日渐成为企业培养和选拔杰出经理人最好的平台。事实上，企业经营模拟仿真系统已经成为一个卓有成效的人才测评工具，各类大中型企业经营模拟比赛的优胜队队员，已成为著名企业、政府、事业单位及其他机构以高薪聘用、培养和挖掘的对象。

因此，在 MBA 中开设《企业经营模拟》这门课，有很重要的意义，有助于培养学员的实践精

神。本课程将战略管理、管理学原理、营销管理、财务会计、人力资源管理、运营管理、微观经济学、宏观经济学、国际经济学以及电子商务等学科知识动态、有机的融合在一起。在企业经营模拟仿真系统的模拟决策过程中，由学员组成的模拟公司必须很好地把握不断变化的宏观经济环境、各公司之间的竞争态势及本公司内部各职能部门之间的相互作用，通过建立各种数量模型，制定出自己的竞争战略，并通过分析，对经营结果进行控制和调整。

九、教学目标

知识目标：了解一个企业的真实运作流程；理解企业成功运营的关键因素；掌握战略决策、营销管理、财务管理、物流管理以及团队管理相关知识；掌握沙盘运营的规则及竞单规则。

技能目标：培养学生经营意识与规划能力；培养学生具体问题具体分析，灵活决策的能力；培养学生沟通协作能力；培养学生组织领导技能培养紧张情境下的抗压能力；强化学生的管理知识，拓展其知识体系，提升经营管理技能。

素质目标：培养学生企业经营管理的全局观；培养学生的团队意识与合作精神；培养学生的风险与责任意识；全面提高学生的双赢理念、团队精神、诚信观念等综合素质。

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	第一章 企业与企业组织基础知识 第二章 企业各部门管理基础知识产品管理	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
2	4	第三章 ERP 企业模拟经营课程简介	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
3	4	第四章 ERP 企业模拟经营准备 第五章 模拟企业概况	课堂讲授为主，课后查阅资料 与课堂讨论为辅
4	4	第六章 模拟经营规则（一）	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
5	4	第六章 模拟经营规则（二）	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
6	4	第七章 模拟经营工作流程	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第八章 基本技术分析	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
8	4	第九章 ERP 沙盘经营案例	案例讨论
9	4	第十章 ERP 企业模拟经营战略和战术技巧	课堂讲授与课堂研讨结合
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：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：19052224

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：管理学、人力资源管理

六、使用教材（讲义）

参考书目：《绩效与薪酬管理》，袁圣东，高等教育出版社，（第四版）

主要参考资料：

- 1.《薪酬设计与绩效考核全案》，赵国军，化学工业出版社，2011年
- 2.《绩效管理》石金涛，北京大学出版社，2007
- 3.《人力资源总监绩效管理笔记》张明辉，化学工业出版社，2013年
- 4.《薪酬管理》刘忻，中国人民大学出版社，2011年

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：贾艳玲 副教授

辅讲教师姓名及职称：孙永生 副教授

八、课程简介

《绩效管理与薪酬》是工商管理 MBA 的选修课程课，该门课程可以使学生了解绩效与薪酬管理的基本理论、基本方法的，并具有应用所学知识说明和处理实际问题的能力的理论性、实践性的课程性质，它是一门新兴的、综合性的、实践性的、艺术性的边缘科学，研究内容涉及面宽，应用性强。

九、教学目标

通过本课程的学习，使学生了解绩效管理与薪酬管理再组织人力资源管理中的地位和作用；掌握绩效管理和薪酬管理的原理和方法，能运用管理学原理、组织行为学、人力资源管理、统计学、会计学等相关知识，综合分析和解决组织中有关绩效管理和薪酬管理的实际问题，培养相应的调研、策划和组织管理能力。

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	概论、战略性薪酬管理的工具与要求	讲授
2	4	绩效计划	讲授+讨论
3	4	绩效评价、绩效反馈	讲授+讨论
4	4	薪酬管理总论	讲授+讨论
5	4	战略性薪酬管理	讲授+讨论
6	4	职位薪资体系、技能与能力薪资体系	讲授+讨论
7	4	薪资水平及其外部竞争性、薪资结构	讲授+讨论
8	4	绩效奖励与认可计划、员工福利管理	讲授+讨论
9	4	特殊员工群体报酬、预算与沟通控制	讲授+讨论
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《企业伦理与文化》课程教学大纲

一、课程中文名称：企业伦理与文化

课程英文名称：Corporate ethics and culture

二、课程编码：19052249

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：管理学、管理心理学、组织行为学

六、使用教材（讲义）

参考书目：《企业文化》刘光明 经济管理出版社

其他参考书目（文献）：

1. 罗长海，《企业文化学》，中国人民大学出版社，1999
2. 徐大建，《企业伦理学》，上海人民出版社，2002

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：冯冬燕 教授

辅讲教师姓名及职称：贾艳玲 副教授

八、课程简介

作为企业生命的不可或缺的因素，企业伦理与文化对企业的现在和未来有着巨大的影响，是企业对未来的挑战和变化的力量源泉。企业要想取得成功离不开良好的企业伦理与文化建设。本课程结合中国企业伦理与文化建设的实际阐明了企业文化现象、性质、内容对企业文化系统的要素、结构、功能作了具体分析探讨了企业文化与人的关系以及企业价值观、企业伦理、企业精神等问题。

九、教学目标

通过本课程的学习，培养学生以下专业素质：（1）理解和掌握企业伦理与文化的最基本概念，了解这一学科的基本架构和分析逻辑；（2）能够运用企业伦理与文化的基本原理去观察、分析和解

释现实企业中比较简单和典型的企业伦理与文化现象，解决企业实际问题；（3）使学生了解企业基本伦理道德规范，维护企业形象，为毕业后参加企业经营管理实践打下基础。

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	第一章 企业文化导论 第二章 企业文化的兴起和发展	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第三章 国际企业文化概述 第四章 企业文化结构	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第五章 如何营造企业文化 第六章 企业营销文化	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第七章 企业广告文化	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第八章 企业文化与企业形象	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第九章 企业家与企业文化	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第十章 企业伦理道德原则	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第十一章 企业内部管理道德规范	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第十二章 企业对外经营道德规范	课堂讲授与课堂研讨结合
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：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：19052242

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：工商管理硕士

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：

《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

《国际人力资源管理（第三版）》，林新奇，复旦大学出版社，2017

《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		
其中理论课课时：27 研讨课课时：9 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《领导方法与艺术》课程教学大纲

一、课程中文名称：领导方法与艺术

课程英文名称：The method and art of leadership

二、课程编码：19052263

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：工商管理硕士、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：管理思想与哲学

六、使用教材（讲义）

《领导的艺术》，于保政，中国物资出版社。

参考书目：

- 1.《企业领导方法与艺术》，吴培良主编，中国经济出版社
- 2.《现代企业领导学》，陈才庚主著，中国人事出版社
- 3.《有效的管理者》，[美]彼得·德鲁克著，工人出版社
- 4.朱立言：《领导科学与领导艺术》，中国人事出版社
- 5.（美）杜柏林：《领导力》，中国市场出版社
- 6.邱霖恩：《领导学原理》，清华大学出版社
- 7.陆沪根：《领导案例》，华东师范大学出版社

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：孙晓华 教授

八、课程简介

本课程通过对领导行为与管理行为的对比，介绍现代企业管理中对领导者、领导者素质、领导艺术的概念，介绍成功企业及其领导人的经验。本课程的任务是了解、研究企业家精神与领导艺术，对于促进研究生初步形成自己的企业家精神，提高领导素质奠定基础。要求学生了解和掌握有关领

导学、战略学、经济学、组织行为学、政治学、社会学和哲学等方面的基本原理，并能综合地运用这些知识解决现实中的领导问题。

九、教学目标

本课程是一门应用性很强的课程，因此要求学生在学习过程中，解决好“学以致用”与“学以致用”之间的关系，积极参与案例讨论，认真做好课前的教材与资料阅读，以及及时完成课后作业。

通过学习本课程应达到以下基本要求：

1. 认知当前转型变革期企业家面临的环境；
2. 知晓古今中外一些优秀企业家的成功经验和失败的教训；
3. 对领导科学理论有基本认识；
4. 引发对领导观念与领导意识的思考，认识当今企业领导者的不足；

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方法
1	4	第一章 领导素质：性格理论；行为方式理论；情景理论；领导素质；领导作风；当今领导新理论。	讲授
2	4	第二章 领导与管理：管理的艺术；教练指导；领导方法；职能与责任；危机处理；树立企业管理新观念。	讲授
3	4	第三章 领导职能、风格与权力：领导的本质与作用；领导的方法与手段；连续体理论；领导权变；不成熟与成熟理论；发挥权力的十种方法；	讲授，小组讨论
4	4	第三章 领导职能、风格与权力：领导效能的偏差纠正；改进领导作风的途径和方法。 第四章 领导环境：领导生态系统与领导环境；彼特原理；	讲授，小组讨论
5	4	第四章 领导环境：领导环境的发展和改善；领导环境的层次划分；一般意义上的文化分析；相关学科关于领导环境的分析	案例教学
6	4	第五章 领导观念与领导意识：领导观念与科学领导的关系；领导观念的更新；现代领导的新观念。	讲授，小组讨论
7	4	第五章 领导观念与领导意识：领导意识的统领、指引和带动。 第六章 激励、目标管理、沟通与授权：激励原则；领导绩效考评；	讲授
8	4	第六章 激励、目标管理、沟通与授权：领导艺术与领导经验、领导科学的关系分析；目标管理；领导与决策。	案例教学
9	4	第七章 培育企业文化：企业的领导文化；文化建设的关键要素；文化的塑造步骤；理念的提炼及创新；企业文化培育。	教材
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《人才学》课程教学大纲

一、课程中文名称：人才学

课程英文名称：Talent Studies

二、课程编码：19052251

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：工商管理硕士、社会发展与公共政策

五、预备知识要求：管理思想与哲学

六、使用教材（讲义）

吕江洪,陈双双,崔颖, 赵永乐, 人才学简明教程

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：孙晓华 教授

辅讲教师姓名及职称：李 艳 教授

八、课程简介

《国家中长期人才发展规划纲要（2010-2020年）》明确提出，要深入开展人才理论研究，加强人才学科建设，创新人才发展理论。1979年诞生的中国人才学，伴随着我国改革开放事业而不断发展成熟，2011年12月29日经国家标准化管理委员会批准，人才学已成为二级学科。本课程共分五个专题介绍：人才学导论，介绍人才学科，人才学的基本概念及理念；人才成长篇：介绍人才成长的理论、过程、影响因素、和成长规律；人才开发篇：介绍人才的自主开发、人才的组织开发、人才的社会开发；宏观人才篇：人才再生产、人才市场体系、人才宏观管理；人才强国篇：人才发展的指导方针与任务、人才队伍建设、人才发展的举措；

九、教学目标

了解人才学的发展历史，人才对于一个国家发展的重要意义；掌握人才成长的理论、过程、影响因素及成长规律；掌握人才开发的技术与应运；掌握宏观人才管理以及如何通过人才管理实现强

国梦想。通过本课程的学习，使学生在掌握人才学专业基础知识的基础上，具备分析问题，解决问题的能力；能够独立地对我国人才培养与开发领域中存在的现象或问题进行调研并进行深入分析，提出可行的解决方案。

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	8	1.1 人才学科与研究概述； 1.2 人才概述； 1.3 国内外人才思想简介	课堂讲授与案例分析
3-4	8	2.1 人才成长基本理论； 2.2 人才成长过程概述； 2.3 人才成长影响因素； 2.4 人才成长规律	课堂讲授与案例分析
5-6	8	3.1 人才的自主开发； 3.2 人才的组织开发； 3.3 人才的社会开发； 3.4 人才选择指标体系； 3.5 人才的激励措施； 3.6 人才激励效果评价	课堂讲授与案例分析
7	4	4.1 人才再生产； 4.2 人才市场体系； 4.3 人才宏观管理	课堂讲授与案例分析
8	4	5.1 人才强国战略的提出 5.2 人才发展的指导方针与任务 5.3 人才队伍建设 5.4 人才发展的举措	课堂讲授与案例分析
9	4	课堂研讨	
合计	36		
其中理论课课时：32 研讨课时：4 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《创业管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：创业管理

课程英文名称：Entrepreneurship Management

二、课程编码：19052251

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：经济学、管理学、会计学、市场营销

六、使用教材（讲义）

《创业与创新管理》李时椿、常建坤主编 南京大学出版社 2008年4月第1版

主要参考书目（文献）：

- 1、杰弗里·蒂蒙斯著，《创业者》，华夏出版社，2002，1
- 2、杰斯汀·隆内克等，《创业机会》，华夏出版社，2002
- 3、理查德·吕克，《管理创造力与创新》，机械工业出版社，2005
- 4、李志能，郁义鸿，Robert.D.Hisrich，《创业学》，复旦大学出版社，2000
- 5、刘志成，《中外创业案例与分析》，陕西人民出版社，2002

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：许益锋 副教授

辅讲教师姓名及职称：杨小红 副教授

八、课程简介

本课程的目的是帮助同学们将其在 MBA 其他课程所学的有关管理职能的技能和知识应用于创立一个新的企业，即成为一个创业者。以创业团队为核心，你将学习如何发现机会、概念化一个机会、计划、融资、创立、管理和收获新的企业等。最后，课程也将讨论家族企业、社会创业精神、公司内创业等。

通过本课程的学习，学生可以掌握创业管理的基本概念、基本原理、基本实务等内容，主要包

括创业与创业者、创业机会与识别、创业准备、创业的可行性分析、创业的组织形式与创业模式、创业计划、创业融资、创业实务、创业管理、创业案例分析、创业要注意的问题等。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。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。

九、教学目标

本课程通过理论学习、案例分析和创业引导，让学生选择合适的项目开展创业实践，通过从零到一的创业实战，让学生发现问题、解决问题，培养学生的战略思维、商业敏感性、资源整合等能力。

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	第一章 席卷全球的创业浪潮 1、主要发达国家创业现状与发展趋势 2、国际著名大学创新与创业教育 3、国内外创业教育研究领域的现状与趋势 4、创新创业教育研究的实践意义与理论价值 第二章 中国大学生创业 1、发达国家的创业与高等院校创业教育 2、当代中国大学生的创业 3、大学生创业的选择与借鉴 4、提高大学生创业成功率的思考	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第三章 创业、创新与创业管理 1、创业与创新：概念、内涵与关系 2、创新概念的拓展 3、创新的基本方法 4、从创新到创业的过程 5、创业管理的内涵与特征 6、创业教育与创新教育、素质教育关系	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第四章 创业者特质 1、成功创业者特质 2、创业者素质 3、企业家精神 第五章 市场和商机 1、市场分析 2、商机识别与捕捉 3、创业时机选择与决策 4、创新的激励机制	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第六章 创业方案策划 1、创业目标策划 2、商业模式选择 3、企业设立方式与法律形式选择 4、企业注册登记	课堂讲授案例讨论相结合

周次	学时	教学内容	教学方式
5	4	第七章 市场和创业机会 1、创业计划书 2、创业融资 3、创业团队组建	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第八章 初创期创业企业管理 1、创业期企业的决策管理 2、创业期人力资源管理 3、创业期财务管理 4、创业期营销管理	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第九章 创业企业激励 1、创业激励机制的设计 2、创业企业层级激励 3、创业企业的产权激励	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第十章 创新与企业成长 1、创业企业成长模式与特征 2、创业企业产品创新 3、创业企业品牌创新 4、创业企业市场创新 第十一章 创业风险与危机管理 1、创业风险的类型 2、创业前期的风险 3、创业过程中风险 4、创业后期的风险 5、创业危机管理	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	案例讨论	课题讨论
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《管理学》课程教学大纲

一、课程中文名称：管理学

课程英文名称：Advanced Management

二、课程编码：19052201

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、工商管理硕士、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年第13版。

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年第6版。
- 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年第13版。
- 3、《管理学教程及学习指导》，赵西萍主编，高等教育出版社，2002年。
- 4、《现代企业管理原理》，郭伟等主编，吉林人民出版社，2003年。

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

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：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《管理沟通》课程教学大纲

一、课程中文名称：管理沟通

课程英文名称：Management Communication

二、课程编码：19052250

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：管理学

六、使用教材（讲义）

《管理沟通》 康青 中国人民大学出版社

主要参考书目（文献）：

1. 哈罗德·孔茨，《管理学》，经济科学出版社
2. 魏江，《管理沟通—理念与技能》，科学出版社，2004
3. 玛丽·蒙特，《管理沟通指南》，清华大学出版社，2003
4. 苏勇、罗殿军，《管理沟通》，复旦大学出版社，1999

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

管理沟通是一门正在发展的学科，也是一门应用性较强的学科。通过对管理沟通的基本理论、基本技巧和技能的系统讲解，使学生建立基本的管理沟通意识，并掌握基本的个人沟通技能，同时，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。进而使同学们在学习、工作中，能有意识地运用所学到管理、沟通的知识和理论，达成有效的人际交往和管理沟通效果。

九、教学目标

全面提升学生的沟通能力和沟通技能，包括表达能力，理解能力，自我控制能力，说服能力，判断能力，逻辑思维能力，问题解决能力以及自学能力，同时掌握现代化沟通技术技能。

在学习生活工作中，学生能有意识地运用所学到管理、沟通的知识和理论，明晰自我发展方向，实现自我成就，拥有良好的人际沟通意识，积极参与人际交往活动，尊重不同，学会团队合作，并且使团队利益最大化，能与同学家人老师和谐友好相处，理解包容他人的价值观，学会压力疏导和自我积极引导，学习具有目标导向性，明确人生方向。

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	第一章 沟通概论 第二章 管理沟通 第三章 管理沟通的相关理论	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第四章 组织沟通	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第五章 群体、团队沟通 第六章 会议沟通	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第七章 危机沟通	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第八章 面谈	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第九章 人际冲突处理 第十章 倾听	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第十一章 非语言沟通	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第十二章 口头沟通 第十三章 书面沟通 第十四章 压力沟通	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第十五章 跨文化沟通 第十六章 未来组织的管理沟通	课堂讲授与课堂研讨结合
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：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：19052244

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：工商管理硕士

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年3月第1版。

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，是经济管理人员的必备基础知识。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《纺织与服装贸易》课程教学大纲

一、课程中文名称：纺织与服装贸易

课程英文名称：Textile and clothing trade

二、课程编码：19052260

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：国际贸易概论、服装学概论

六、使用教材（讲义）：《纺织与服装贸易概论》王建坤主编 中国纺织出版社

主要参考书目（文献）：

1. 蔡玉兰，《纺织服装国际贸易》东华大学出版社，2009.4.1
2. 郭燕、杨楠楠，《国际纺织品服装贸易理论与措施》，人民出版社，2011.8.1
3. 赵京霞，《后配额时代的国际纺织品贸易》，中国纺织出版社，2006.10.1

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：徐玲 教授

辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

《纺织与服装贸易》课程主要包括纺织服装贸易体制和政策、纺织服装贸易实务、纺织服装贸易案例与分析三大部分。在前两部分，详细介绍了纺织服装国际贸易的相关体制、相关协议、国际贸易格局、竞争力和发展战略以及国际贸易术语、纺织服装贸易的准备和磋商、合同的签订和履行；在最后，列举了多个纺织服装国际贸易案例并进行了分析。课程内容丰富、数据翔实、视角独特，强调应用性和操作性，对从事纺织服装国际贸易的相关人员有很强的指导作用。

九、教学目标

本课程的目标主要是让学生能够系统掌握国际经济与贸易的基本理论与技能，了解纺织服装贸

易发展现状和相关专业知识，熟悉纺织服装国际贸易规则和惯例，以及中国对外贸易的政策法规，具备较强的国际贸易实务操作能力，能够在各类纺织服装企业、外贸公司、政府对外经济贸易管理部门与驻外机构等，从事纺织服装贸易业务与经营管理工作。

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	第一章 纺织品服装国际贸易相关体制	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第二章 国际纺织品服装贸易格局	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第三章 中国纺织品服装贸易竞争力分析	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第四章 中国纺织服装贸易发展战略分析（一）	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第四章 中国纺织服装贸易发展战略分析（二）	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第五章 纺织品服装贸易壁垒	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第六章 纺织服装贸易实务（一）	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第六章 纺织服装贸易实务（二）	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第六章 纺织服装贸易实务（三）	课堂讲授案例讨论相结合
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：0			

西安工程大学

研究生《税收理论与实务》课程教学大纲

一、课程中文名称：税收理论与实务

课程英文名称：Taxation System Of China

二、课程编码：19052259

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：税法

六、使用教材（讲义）

《税收理论与实务》吴晓光、曹建安、肖忠东 编 西安交通大学出版社

主要参考书目（文献）：

1. 注册会计师全国统一考试指定教材《税法》中国财政经济出版社
2. 郑劬，《税收理论与实务》，西南财经大学出版社，2011
3. 韦素华，上海交通大学出版社，2010

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：宋玉 讲师

八、课程简介

税收理论属于经济学的范畴。在一个国家的各项经济法律制度中，社会影响最直接、最广泛的是税收制度。税收作为国家宏观调控体系中的一项重要手段，对国民经济各部门都会产生重要影响。在市场经济体制下，税收制度是影响企业参与市场竞争的最重要的外部环境之一。可以说，在纳税人的各项成本费用支出中，税收是很重要的一部分，其数额多少直接影响纳税人的实际经济效益。科学系统地学习税收理论，掌握涉税实务，对纳税人是十分必要的。MBA 的学员多数来自于企业或实际经济管理部门，引导他们学习和深入理解有关税收理论和实务知识，这不仅有利于企业加强内部管理，提高经济效益，而且有利于提高国民纳税意识，是符合我国改革发展的长远利益的。

本课程突出案例教学，在教学内容中穿插大量生动的案例让学生参与讨论。

九、教学目标

本课程的目标是引导 MBA 学生学习税收基本原理，并对中国的税收法律制度和各税种的征收管理形成较全面的了解。通过本课程的教学，使学生掌握：税收的基本概念以及税收在宏观政策调控中的地位与作用；税收对经济的影响及税收的基本原理；熟悉我国税收的种类及各种税收法规；能够结合会计、审计等学科内容掌握全面综合的税收知识。

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	第 1 章 税收基本原理	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第 2 章 增值税（一）	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第 2 章 增值税（二）	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第 3 章 消费税	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第 4 章 营业税	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第 5 章 个人所得税（一）	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第 5 章 个人所得税（二）	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第 6 章 企业所得税（一）	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第 6 章 企业所得税（二）	课堂讲授与课堂研讨结合
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：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：19052241

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：工商管理硕士

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
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

周次	学时	教学内容	教学方式
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《投资学》课程教学大纲

一、课程中文名称：投资学

课程英文名称：**Investment**

二、课程编码：19052235

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：经济学、金融学、会计学、财务管理学、高等数学

六、使用教材（讲义）

参考书目：

投资学，兹维·博迪，第10版

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：贾丽娜 校聘副教授

辅讲教师姓名及职称：袁硕楠 校聘副教授

八、课程简介

投资学是对投资进行系统研究，确定如何把个人、机构的有限资源分配到诸如股票、国债、不动产等金融资产上，更科学地进行投资活动，以获得合理的现金流量和风险收益率。其核心就是以效用最大化准则为指导，获得投资者财富配置的最优均衡解。投资学主要包括证券投资、国际投资、企业投资等几个研究领域。主要研究投入当前资金或其他资源以其获取未来收益的承诺行为。其主要内容包括，投资基础知识、证券市场运行状况、投资分析技术与方法、证券投资理论等四个部分内容。因此，其研究的内容具备一个共同的特征，即牺牲或放弃某种现在有价值的东西，但期望从未来的收益中获得补偿，这也是投资的本质特征。

九、教学目标

通过本课程的学习，学生在知识、能力和素质等方面应达到的目标。 知识目标：通过本门课

程的学习，要求学生掌握市场的运行机理，学会证券投资分析的基本理论和方法，能够从宏观、中观、微观三个层面分析证券价格波动的原因，透彻理解宏观经济变量对市场趋势的影响，准确把握行业周期变化所带来的投资机会，还能够根据上市公司的经营状况选择合适的投资对象。能力目标：初步掌握常用的技术分析方法，包括证券投资业务、期货与期权投资业务、基金投资和理财规划业务、上市公司投资价值调查与分析，上市公司财务状况的调查分析，上市公司的技术、管理及行业地位分析，上市公司经营情况与行业前景调查分析，形成从事各类投资活动的决策和管理能力。素质目标：具备当代世界政治、经济视野，了解中国投资政策，形成在银行、证券公司、保险公司、投资公司、投资咨询公司、资产管理公司、基金管理公司及信托公司等金融机构从事投资管理、投资咨询工作所需的职业素质，以及到各类企事业单位、政府部门以及教学科研单位从事投资管理与投资研究的综合素质。

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	第一部分 导论	讲授
2	4	第二部分 投资理论与实践	讲授
3	4	第三部分 资本市场均衡	讲授
4	4	第四部分 固定收益证券	讲授
5	4	第五部分 证券分析	讲授
6	4	第五部分 证券分析	讲授
7	4	第六部分 期权、期货与其他衍生证券	讲授
8	4	第六部分 期权、期货与其他衍生证券	讲授
9	4	第七部分 应用投资组合管理	讲授
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《金融市场与风险管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：金融市场与风险管理

课程英文名称：Financial markets and risk management

二、课程编码：19052223

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：工商管理硕士

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）

参考书目：

约翰 C.赫尔（John C.Hull），《风险管理与金融机构》（原书第3版）

杨子强主编.金融风险控制与管理.中国金融出版社

施兵超，杨文泽.金融风险管理[M].上海：上海财经大学出版社，2002.

王春峰.金融市场风险管理[M].天津：天津大学出版社，2001.

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：袁硕楠 校聘副教授

辅讲教师姓名及职称：贾丽娜 校聘副教授

八、课程简介

本课程是新经济与金融管理方向的专业必修课程，是研究市场经济条件下金融市场运行机制以及风险管理的一门应用性学科。本课程从认识金融市场体系的主要子市场——货币市场、债券市场、股票市场、基金市场、外汇市场、金融衍生市场的基础上，阐述金融风险管理的基本理论与基本技能。

九、教学目标

学习本课程可以更好地完善金融专业学生的知识结构，使学生对金融风险在市场经济、金融经

济中的特殊影响有宏观上的认识，对各种具体的金融风险管理技术和要求学生掌握金融风险辨识和金融风险度量的一般方法，掌握风险度量的方法，掌握资产负债管理的一般技术方法，能熟练进行资产负债管理，运用金融衍生工具进行风险管理，能够利用所学的金融风险管理理论方法为金融机构制定科学的风险管理方案。防范化解方法等有较为系统的了解和把握，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	4	第一部分 引言	讲授
2	4	第二部分 银行、保险公司和养老基金	讲授
3	4	第三部分 共同基金和对冲基金	讲授
4	4	第四部分 金融产品	讲授
5	4	第五部分 金融暴露与风险识别	讲授
6	4	第六部分 利率风险	讲授
7	4	第七部分 市场风险	讲授
8	4	第八部分 信用风险	讲授
9	4	第九部分 操作风险	讲授
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《国际金融》课程教学大纲

一、课程中文名称：国际金融

课程英文名称：International Finance

二、课程编码：19052258

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：微宏观经济学、管理经济学

六、使用教材

《国际金融》 刘舒年主编 对外经济贸易大学出版社

主要参考书目（文献）：

1. 钱荣堃，《国际金融专论》，中国金融出版社，1991
2. 黄鲁成，《国际金融》，北京大学出版社，1995
3. 国际货币基金组织，《国际收支手册》（第四版），中国金融出版社

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：徐玲 教授

八、课程简介

国际金融是研究国际间货币资本运动规律的一门学科。其中包括货币与借贷资本运动规律及其制约的因素；国际货币与借贷资本运动的场所——国际金融市场；根据货币与借贷资本运动规律而加以经营的业务形式与机构；政府或国际金融机构对货币与借贷资本运动所确定的制度与采取的政策。

本课程的目的使 MBA 学员掌握国际贸易和国际金融的基本理论和基本技能，系统的理解和掌握国际贸易和国际金融的基本概念、基本原理和基本方法（实证分析方法与规范分析方法）；解释、分析、研究国际贸易和国际金融领域的现象和实际问题；结合案例和国际经贸时事的学习和讨论，不断提高逻辑思维能力及分析本专业实际问题的能力。

九、教学目标

1、促进学习者理解和重点掌握国际收支、外汇、汇率、外汇市场、汇率制度、外汇管制、国际储备、国际金融市场、国际金融风险管理、国际资本流动与国际金融危机、国际货币体系和国际金融机构的基本概念、基本理论、形成原理、控制措施、时滞效应。

2、培养学习者掌握观察和分析国内、国际发生的有关国际收支失衡、汇率变化、国际金融市场动荡、国际货币体系改革、国际资本流动动向、国际金融危机等重大国际金融问题的正确方法，培养学习者综合应用国际金融理论解决国际金融实际问题的能力。

3、提高学习者在社会科学方面的素养，树立经济一体化的核心是金融一体化的理念，掌握扎实的国际金融基础理论知识，为进一步学习国际结算、西方金融理论、外汇风险管理等其他国际金融专业课程打下必要的、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	教学方式
1	4	第一章 国际收支	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
2	4	第二章 汇率和汇率制度	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
3	4	第三章 外汇业务和汇率折算	课堂讲授为主,课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第四章 外汇风险管理	课堂讲授为主,课后查阅资料与课堂讨论为辅
5	4	第五章 欧洲货币市场与国际商业银行贷款	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
6	4	第六章 衍生金融工具市场	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
7	4	第七章 对外贸易短期信贷	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
8	4	第八章 出口信贷	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
9	4	第九章 国际金融组织	课堂讲授为主,课后查阅资料与自学为辅
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《市场研究》课程教学大纲

一、课程中文名称：市场研究

课程英文名称：The market research

二、课程编码：19052254

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：市场营销、市场调查与预测

六、使用教材（讲义）

《市场研究》屈援 主编 经济科学出版社 2011, 8,1

主要参考书目（文献）：

- 1、唐小飞，《市场研究：方法与应用》，机械工业出版社，2013
- 2、勒曼等著，刘艳红、裴蓉译，《营销分析实物：营销经理和市场研究经理的专业工具（第五版）》，企业管理出版社，2009
- 3、刘宗成、张文双、黄龙、张新章，《市场研究中的统计分析方法》，广东经济出版社有限公司，2012
- 4、田志龙、张婧，《市场研究理论与方法》，华中科技大学出版社，2009

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：成爱武 教授

辅讲教师姓名及职称：张正林 副教授

八、课程简介

市场研究这门课程对今后从事经济管理和营销工作具有重要意义。本课程是一门基础性理论课，同时又与我国实际相结合，有着紧密的联系和现实的指导意义。通过本课程的学习，将使学员掌握市场经济的基本理论，了解市场经济的运行机制，正确树立有中国特色的社会主义市场经济的观点，

最终达到解放思想，实事求是，理论联系实际的目的。

本课程将现代实用统计分析技术与计算机统计软件 Excel 有机结合在一起，克服了以理论为主的缺点，增强了本课程的实践性和可操作性。

九、教学目标

通过本课程的学习，使学生掌握市场研究基本理论、作业程序和操作技术，在此基础上，通过具体指导学生项目组实践活动的开展，培养学生具备对商业客户的基本服务能力，增强学生对市场上一一般性调研的分析能力，具备解决一般性调研实际问题的操作能力。

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	第 1 章 市场研究概述	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第 2 章 市场研究方案的设计	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第 3 章 探索性研究设计：二手数据 第 4 章 探索性研究设计：定性研究	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第 5 章 描述性研究设计：观察与调查 第 6 章 因果研究设计：实验法	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第 7 章 测量问题与问卷设计 第 8 章 抽样调查	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第 9 章 调查资料的处理与描述性统计分析	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第 10 章 回归分析 第 11 章 因子分析	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第 12 章 access 数据库与 excel 的数据转换	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第 13 章 市场研究报告的撰写	课堂讲授与课堂研讨结合
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：0			

西安工程大学

研究生《消费者行为学》课程教学大纲

一、课程中文名称：消费者行为学

课程英文名称：Consumer behaviour

二、课程编码：19052253

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：市场营销学、市场调查与预测

六、使用教材

《消费者心理学》罗子明 清华大学出版社 2007, 1,1

主要参考书目（文献）：

- 1、德尔·I·霍金斯、罗格·J·贝斯特、肯尼思·A·科尼著，符国群等译，《消费者行为学》，机械工业出版社，2003，2
- 2、J·保罗·彼德、杰里·C·奥尔森著，韩德昌主译，东北财经大学出版社，《消费者行为与营销战略》，2000，3
- 3、迈克尔·R·所罗门著，张莹傅强等译，《消费者行为》，经济科学出版社，1999，4
- 4、恭振、荣晓华、刘志超编著，《消费者行为学》，东北财经大学出版社 2002，5

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：杨小红 副教授

辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

消费者行为学是一门在多学科交叉基础上形成的综合性、边缘性学科，是心理学和行为科学基础理论在当代市场营销理论与实践中的应用，是在市场经济需求的推动下产生的一门应用学科，以消费者个体、群体心理和行为为对象，重点研究消费者在消费活动中心理与行为活动的特点、方式及其规律。

课程的目的和任务是通过学习与研究消费者行为学，使学员熟悉消费者的各种购买行为与现象，掌握个体消费心理与行为，掌握文化、家庭、社会阶层等对消费者行为的影响，并能比较熟练地运用消费者行为学的实务性技能与方法，为正确而有效地制定企业营销战略打下重要的基础。

九、教学目标

本课程的学习设计，目的是让学生加深对理论的理解与领会，掌握重要的消费者心理和行为分析的研究工具和规律，甚至能对消费者心理和行为做出一定的预测，制定一些实用的营销策略。

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 消费者行为研究概述 第二章 消费者决策过程：问题认知与信息搜集	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
2	4	第三章 消费者决策过程：评价与购买 第四章 消费者决策过程：购后行为	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第五章 消费者的资源 第六章 消费者购买动机	课堂讲授案例讨论相结合
4	4	第七章 消费者的知觉 第八章 学习记忆与购买行为	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第九章 消费者态度的形成与改变 第十章 消费者的个性、自我概念和生活方式	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第十一章 文化与消费者的购买行为	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
7	4	第十二章 社会阶层与消费者购买行为 第十三章 社会群体与消费者购买行为	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
8	4	第十四章 家庭与消费者购买行为 第十五章 情景与消费者购买行为	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第十六章 消费者保护	课堂讲授与课堂研讨结合
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：0			

西安工程大学

研究生《网络营销》课程教学大纲

一、课程中文名称：网络营销

课程英文名称：Electronic Marketing

二、课程编码：19052255

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：电子商务概论、市场营销学

六、使用教材（讲义）

朱迪·斯特劳斯，《网络营销》（第四版），中国人民大学出版社，2007

主要参考书目（文献）：

- 1.《网络营销》 瞿彭志 主编，高等教育出版社 2007
- 2.《网络营销基础与实践》（第3版） 冯英健，清华大学出版社，2006

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：周 镭 教授

辅讲教师姓名及职称：张正林 副教授

八、课程简介

本课程旨在让学生了解、认知目前市场经济体制中营销活动的基本理论内容和知识体系，结合所学电子商务专业，重点研究如何通过互网络开展新型的营销活动。能准确、系统地理解、掌握基于互联网的营销学的基本概念、基本原理，并使学生能根据目前网络市场发展规模和特征，针对不同市场环境、不同产品和网络消费者进行一系列网络营销活动的分析和策划，培养学生自我分析问题、解决问题，自我创新、创业能力。同时通过一系列网络营销技能训练，提高学生的应用实践能力。

九、教学目标

通过本课程的学习，使学生

1、在能力方面可以达到：熟练地运用网络营销工具，并能在实际工作中得到应用；培养学生搜集资料、阅读资料和利用资料的能力；培养学生的自学能力。

2、在知识层面，使学生可以理解并掌握网络营销的基本方法及基本概念；能够熟练使用网络营销工具进行各项活动；能够充分理解网络营销的概念，掌握网络的应用方法；理解营销环境的变化；掌握从 4PS 到 4CS 的变化；理解网络广告的具体应用。

3、在素质层面，让学生学会相处，学会总结和运用；学会共处，提高团队协作能力；学以致用，工作后能够马上进入角色。

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	第一章 营销要素的整合	课堂讲授与课堂研讨结合
2	4	第二章 战略网络营销、网络营销计划	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
3	4	第三章 网络营销系统建设 第四章 网络消费者行为	课堂讲授为主，课后查阅资料与课堂讨论为辅
4	4	第五章 网络营销调研	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第六章 市场细分与目标市场战略	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
6	4	第七章 网络营销产品 第八章 价格	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
7	4	第九章 互联网分销渠道	课堂讲授与课堂研讨结合
8	4	第十章 网络营销沟通	课堂讲授案例讨论相结合
9	4	第十一章 网络营销广告	课堂讲授为主，课后查阅资料与自学为辅
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《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：19052261

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：市场营销学、服装学概论

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
- 3.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。

本课程是 MBA 的选修课，本课程对于进一步提高 MBA 在服装价值研究方面的理论联系实践的水平具有一定的意义。

九、教学目标

本课程的目标主要是让学生能够了解我国市场服装品牌价值的发展状况和存在的主要问题，了解其主要的研究方法，掌握服装品牌价值的各单项构成指标以及中国市场服装的优质品牌，能够对我国服装企业在提升品牌价值方面提出建议。

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	第一章 我国市场服装品牌发展概况	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	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	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	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	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	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	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	课堂讲授与课堂研讨结合
9	4	第六章 品牌溢价最高百强品牌	课堂讲授案例讨论相结合
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：0

西安工程大学

研究生《服装供应链管理》课程教学大纲

一、课程中文名称：服装供应链管理

课程英文名称：Supply chain management of clothes

二、课程编码：19052262

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：供应链管理、服装学概论

六、使用教材（讲义）

《服装供应链管理》邓汝春 中国纺织出版社 2005.9.1

主要参考书目（文献）：

- 1、梁建芳，《服装物流与供应链管理》，东北大学出版社，2009
- 2、全小凡、曹为国，纺织服装企业供应链整合研究，《纺织学报》，2002
- 3、乔普拉著，陈荣秋译，《供应链管理》，中国人民大学出版社，2008

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：徐玲 教授

辅讲教师姓名及职称：

八、课程简介

服装企业如何解决库存管理混乱、分销体系难以掌控、顾客服务量大、质量与成本矛盾，如何大幅提升企业和产品的知名度，创自有品牌，在服装企业不再是一厂一院一围墙的今天，供应链管理至关重要。服装企业未来的竞争就是供应链的竞争。

本课程在向学员介绍供应链的基本概念及纺织服装产业概况的基础上，重点介绍了服装供应链的设计、运营以及在服装供应链管理中应用的各种信息技术和新型供应链管理新模式。本课程是供应链管理思想和技术在服装行业的具体应用，对于 MBA 中服装企业的管理人员以及其他相关人员具

有很重要的意义。

九、教学目标

本课程的目标主要是让学生能够了解服装供应链的发展历程，其产生的背景以及在企业中的实际应用情况，并且掌握服装供应链管理的相关概念和基本思想以及存在的主要问题，熟悉服装供应链的设计、运营以及应用的各种信息技术和新型供应链管理新模式，具备较强的实际操作能力。

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	第一章 导论 第二章 供应链管理	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
2	4	第三章 纺织服装产业链 第四章 服装供应链流程分析	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
3	4	第五章 基于服装产业的供应链设计 第六章 服装供应链运营的驱动要素	课堂讲授为主，课后查阅资料 与课堂讨论为辅
4	4	第七章 服装供应链的合作伙伴 第八章 服装供应链的生产计划和控制	课堂讲授案例讨论相结合
5	4	第九章 服装供应链中的库存管理与规划 第十章 服装供应链下的运输设计与规划	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
6	4	第十一章 服装供应链运营的绩效评价	课堂讲授案例讨论相结合
7	4	第十二章 服装供应链与信息技术	课堂讲授为主，课后查阅资料 与自学为辅
8	4	第十三章 新型供应链管理新模式在服装产业中的应用	课堂讲授为主，课后查阅资料 与课堂讨论为辅
9	4	案例分析与解决	课题讨论
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《高级公共政策分析》课程教学大纲

一、课程中文名称：高级公共政策分析

课程英文名称：Advanced public policy analysis

二、课程编码：19052209

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：公共管理学、政治学

六、使用教材（讲义）

公共政策分析，陈振明，中国人民大学出版社，2009

参考书目：

《公共政策分析》，陈庆云，北京大学出版社，2011

《公共政策分析概论》，谢明，中国人民大学出版社，2011

《理解公共政策》，托马斯·戴伊，中国人民大学出版社，2009

《公共政策分析导论》，威廉·邓恩，中国人民大学出版社，2011

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：龚冬生 讲师

辅讲教师姓名及职称：苟欢迎 讲师

八、课程简介

公共政策分析是二十世纪中期首先在美国兴起的一个跨学科、综合性的研究领域，是社会治理等研究方向的重要核心课程之一。该课程具有较强的实践导向性，是适应人类利用已有知识和方法去改进公共决策系统，提高政策制定与执行质量的需要而产生的。该学科的研究对象是政策实践：政策系统及其运行（政策过程）、政策的性质、原因与结果；其教学目的是让学生掌握公共政策分析或政策科学的基本概念、理论和方法，并学会将这些概念、理论、方法用于现实公共政策问题的

分析，提高公共政策的理论素养和实践能力。

九、教学目标

通过该课程的学习主要实现以下三个目标：（一）思维养成。本课程旨在培养学生如何运用理论来解决现实的政策问题，尤其旨在培养学生在没有现成理论的情况下，如何通过创造性的思维来解决实际的公共政策问题，并在这一过程中提炼有价值的概念、想法、方法甚至理论。（二）理论养成。本课程旨在培养学生的理论思维能力，使学生能从理论的高度来认识政策过程中的各种现象，以及认识现象背后本质性的东西，从而为解决问题提供基础，而不流于缺乏深度地就现象谈现象。

（三）知识养成。本课程的知识面主要涉及的是政策学的基本概念、政策过程各环节的逻辑关系、中国公共政策过程的基本经验等。作为一门基础性的课程，本课程要求学生对涉及的政策过程各阶段知识有全面的把握。

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	公共政策本质、特征、功能、分类；公共政策学科发展	课堂讲授
2	4	政策系统：政策主体、客体、环境；政策系统的运行	课堂讲授、讨论
3	4	政策子系统的分类与特点；政策工具	课堂讲授
4	4	公共政策分析的基本理论与框架	课堂讲授
5	4	政策制定专题：政策问题性质，政策问题构建，公共政策议程，政策方案规划，政策方案合法化	课堂讲授、讨论
6	4	政策执行专题：政策执行的含义、特征和重要性；政策执行的过程和手段；影响公共政策有效执行的因素	课堂讲授、讨论
7	4	政策评估专题：政策评估的内涵、意义、要素；政策评估的程序与方法；政策评估的影响因素分析	课堂讲授、讨论
8	4	政策监控与调整专题：政策监控的内涵、意义；中外监控机制的比较；政策调整含义、特点作用；政策调整的原因、内容及形式；政策终结的原因、方式及作用；政策终结的影响因素及策略	课堂讲授、讨论
9	4	中国公共政策专题：中国公共政策实践过程中的案例分析	课堂讲授、讨论
合计	36		
其中理论课课时：24 研讨课时：12 实验实践环节课时：0			

西安工程大学

研究生《社会治理》课程教学大纲

一、课程中文名称：社会治理

课程英文名称：Social Governance

二、课程编码：19052219

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：公共政策分析、行政管理学、社会学

六、使用教材（讲义）

参考书目：

1. 社会改革与社会治理，李培林，社会科学文献出版社，2014
2. 社会治理，周红云，中央编译出版社，2015
3. 中国社会治理研究，龚维斌，社会科学文献出版社，2014
4. 社会治理十二讲，张林江，社会科学文献出版社，2015
5. 大国空巢，易富贤，中国发展出版社，2013
6. 人口生态重建，穆光宗，中国科学技术出版社，2016
7. 人口危机：反思中国计划生育政策，何亚福，中国发展出版社，2013
8. 中国人太多了吗？梁建章、李建新，社会科学文献出版社，2012
9. 社会性别概论，刘建中等，复旦大学出版社，2010
10. 社会性别分析框架指南，坎迪达·马奇等，社会科学文献出版社，2004

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：李 艳 教授

辅讲教师姓名及职称：张群林 讲师

八、课程简介

社会治理通常是指不止政府也包括其他社会组织在内的多行为主体，在制度框架内，通过平等

的合作、对话、协商等各种方式对社会运行的各环节和领域进行引导和规范。治理是 20 世纪 70 年代以来发生社会、经济和管理危机以来，西方学者最新发展的概念和理论与操作体系，有别于以往的“管理”和“统治”，是一种新型的行政概念。以前的社会管理，现在的社会治理都是我国特有的概念，因此本课程从西方的治理开始，引出我国的社会变革与社会治理，我国社会治理的历史与现实背景、特有的社会治理理论以及各级政府部门实施的社会治理创新实践。社会治理是对公共事务的治理，围绕完善社会福利、保障改善民生在幼有所得、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶等方面进行治理体制的改革，其中每个领域改革与治理的历程、基础理论以及创新模式都将在本课程中进行全景式介绍。

九、教学目标

通过本课程的学习，要使学生认识和掌握西方国家治理的兴起、演变与相关理论，理解中国社会治理的由来和历史脉络、当前中国的社会治理顶层设计框架以及社会治理的理论基础，理解社会治理与社会政策的强相关关系，学会用社会学的常识来观察分析社会现象和社会问题，理解和掌握深刻关系民生福利的领域中社会治理体制的改革历程，为治理的创新打下理论基础。

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	4	第一篇 西方的社会治理	课堂讲授
2	4	第一篇 西方的社会治理 第二篇 中国社会治理的顶层设计	课堂讲授
3	4	第二篇 中国社会治理的顶层设计	课堂讲授
4	4	第三篇 社会治理专题 专题一 人口政策	课堂讲授
5	4	专题一 人口政策、专题二 流动人口与城镇化	课堂讲授
6	4	专题二 流动人口与城镇化、专题三 中国宏观教育政策变迁与现状	课堂讲授
7	4	专题四 就业劳动政策、专题五 我国社会保障与福利制度改革	课堂讲授
8	4	专题六 养老问题	课堂讲授
9	4	专题七 医疗与健康、专题八 住房问题	课堂讲授
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《社会心理学》课程教学大纲

一、课程中文名称：社会心理学

课程英文名称：Social Psychology

二、课程编码：19052249

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：工商管理硕士

五、预备知识要求：组织行为学

六、使用教材（讲义）

- 1.社会心理学，侯玉波，北京大学出版社，2015年5月
- 2.社会心理学，（美）戴维·迈尔斯（David Myers）著，侯玉波，乐国安，张智勇等译，人民邮电出版社，2016年1月

七、开课单位：管理学院

主讲教师姓名及职称：吴芳 讲师

辅讲教师姓名及职称：冯冬燕 教授

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。该课程在介绍社会心理学理论、方法、研究历史和研究领域基础上，系统地讲授社会认知，社会行为，社会态度，人际关系、社会交换与影响，团队与组织心理，以及最新的文化心理学研究，使学生在掌握社会心理学基本理论和方法的基础上，能结合管理实践过程中的实际问题，对组织中人的社会行为进行科学的描述、解释、预测和控制。

九、教学目标

该课程从个体、人际和团体三个层次系统地介绍了社会心理学理论，方法和研究领域，通过本课程的学习，使学生能系统掌握社会心理学的基础理论知识，能运用所学理论来分析社会中存在的各种人际关系以及行为背后的社会心理过程和规律，从而培养学生提出问题并阐述问题的思考能力，启发学生的理论论辩思路和应用能力。

十、教学内容、教学方式及学时分配

周次	学时	教学内容	教学方式
1	2	第一章 概论 一、社会心理学概念 二、社会心理学的历史	课堂讲授
	2	三、社会心理学的研究方法 四、社会心理学的基本理论	课堂讲授
2	2	讨论：三种取向的社会心理学的主要观点； 社会心理学理论对人类社会行为的解释	研讨
	2	第二章 社会知觉 一、个人知觉 二、自我知觉	课堂讲授
3	2	三、社会认知 四、归因问题	课堂讲授
	2	第三章 人类的社会行为 一、人类社会行为的基础 二、人类的侵犯行为 三、人类的亲社会行为	课堂讲授
4	2	讨论：侵犯行为的控制	研讨
	2	第四章 态度问题 一、态度概述 二、态度的形成	课堂讲授
5	2	三、态度的改变 四、偏见问题	课堂讲授
	2	第五章 人际关系 一、人际吸引 二、亲密关系	课堂讲授
6	2	讨论：人际吸引、人际沟通的技巧	研讨
	2	第六章 社会交换与社会影响 一、社会交换 二、社会影响	课堂讲授
7	2	三、从众、顺从与服从 四、团队的社会影响	课堂讲授
	2	第七章 团队心理与行为 一、团队概述 二、团队领导者	课堂讲授
8	2	三、团队内部沟通 四、团队决策	课堂讲授
	2	讨论：团队心理对行为的影响	研讨
9	2	第八章 文化心理学 一、文化心理学概述 二、中国文化与中国人心理	课堂讲授
	2	讨论：文化心理对行为的影响	研讨
合计	36		
其中理论课时：26 研讨课时：10 实验实践环节课时：0			

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：19052227

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：管理科学与工程、工商管理硕士、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。

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。

3、《哲学导论》，沈湘平著，中国社会科学出版社，2008年6月第1版。

4、《哲学导论》，孙正聿著，中国人民大学出版社，2000年1月第1版。

六、使用教材（讲义）

《管理哲学》(暂定)，袁闳著，复旦大学出版社，2004年10月第1版。

参考书目：

1、《人文科学概论》，李维武著，人民出版社，2007年7月第1版。

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年4月第1版。

3、《西方哲学史》，【英】罗素著，张作成编译，北京出版集团公司，2012年5月第1版。

4、《中国思想文化史》，张岂之主编，高等教育出版社，2006年5月第1版。

5、《中国文化概论》，张岱年、方克立主编，北京师范大学出版社，1994年5月第1版。

6、《哲学导论》，沈湘平著，中国社会科学出版社，2008年6月第1版。

7、《哲学导论》，孙正聿著，中国人民大学出版社，2000年1月第1版。

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》，冯周卓著，江西教育出版社，2005年5月第1版。

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 4.4.3 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《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：19052233

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、工商管理硕士、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

Journal of International Business Studies

Journal of World Business

International Business Review

Global Strategy Journal

Journal of International Management

Asia Pacific Journal of Management

Periodicals

Forbes

Financial Times

The Economist

Further readings

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 Definition; Purpose; Contributions # 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 Home country environment Host country environment #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 Greenfield entry mode Acquisition entry mode #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 Billionaires in the World Business Special Focus on Women CEOs and Young CEOs #TMT; Board governance #Illustrative Examples by Instructor #Case Discussion by Instructor	3
8	Related topics (or Group Presentations) Business Models Strategic Entrepreneurship	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.