附件：

课程设置

A类：中国特色社会主义理论与实践研究（2学分，必修）；自然辩证法概论、马克思主义与社会科学方法论、马克思主义原著选读（以上三门任选一门，1学分）；硕士生英语（4学分，必修）。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类型 | 课程名称 | 编号 | 授课教师或团队 | 学分 | 课程类别（转型期课程、专业核心课程、方法实践类课程、交叉前沿类课程） | 课程简介（300字左右） |
| B | 高级经济学 | 0201B0100 | 江静 | 3 | 专业核心课程 | 该课程主要是对中国经济体制改革进行专题讲解。课程主要包括如下内容：第一，对新中国成立以来，中国经济体制改革的历程进行回顾，从实施赶超战略到传统经济体制的形成，再从1978年改革开放以来到1994年中国计划经济时期的经济体制的改革第二，重点分析进行市场经济体制改革后中国经济各领域内的改革历程以及取得的成就，具体包括国有企业改革、民营企业改革、全球价值链视角下的制造业升级、现代服务经济、金融体制改革、通货膨胀问题、财税体制改革、收入差距、对外开放、社会保障体系改革等。第三，对当前中国现实经济中的热点政策和经济事件进行剖析。如当前的新常态和供给侧结构性改革等。 |
| 管理研究方法 | 120202B01 | 姜嬿 | 2 | 专业核心课程 | 本课程介绍管理学研究方法的基本理念和方法论。具体包括两个模块的内容，前一部分为研究的基础理论部分，帮助同学们了解为什么要做管理学研究，重点介绍社会科学研究的哲学基础，管理学研究过程与研究设计，和管理学研究中的理论发展；后一部分将结合理论、实践操作和软件运用介绍具体的研究设计过程和方法，包括一般线性回归、多元回归、用基本的模型检验因果模型、中介效应与调节效应、构念的测量、量表开发、问卷调查设计、多层线性模型（HLM)、结构方程模型(SEM)的基础理论与应用、复杂的中介调节效应检验等。在学习过程中，本课程同时会结合对软件SPSS, HLM, LISREL, MPlus的介绍和练习，培养同学们针对不同的研究问题和数据类型选择研究方法和数据分析软件的问题解决能力。 |
| 会计与财务管理 | 0201B0500 | 王兵、吴振华 | 2 | 专业核心课程 | 《会计与财务管理》课程包括两个模块：会计与财务管理。会计模块侧重于阐明会计学的理论和方法。该课程内容以财务报告的构成、编制和分析为主线来展开阐述，包括财务报告的基本概念，财务报告的构成内容，财务报表中的盈余管理行为，财务报告编制和分析的理论基础，审计报告的理论与分析，以及企业会计准则等相关内容。财务管理模块将重点介绍和讨论公司财务（corporate finance）中的以下议题。首先，我们将介绍决策者（例如投资者，经理人和公司）偏好，无风险决策，风险决策，以及决策者（例如投资者，经理人和公司）策略性决策问题。 这些问题将为公司的市场分析，决策提供理论基础。之后我们将重点讨论： 1. 资本结构（capital structure），其中我们将讨论和研究公司融资的方法和融资结构。我们会讨论什么样的资本结构才能最大化企业的市场价值。我将通过理论模型+案例分析来深化学生的理解。 2.股利策略（dividend policy），其中我们将研究公司经理人如何用已有资源为股东赚更多的钱。如果时间允许，我们会介绍兼并和收购的相关议题。本课程会有适当的课堂和课后练习，但是我强调的不仅仅是解决问题本身，而是希望学生通过练习能理解和掌握分析问题的方式。本课程的前提要求：1. 微积分+线性代数+概率论 中级微观经济学 +中级宏观经济学 或者 2. 高级微观经济学+高级宏观经济学 |
| 组织行为与管理理论 | 120202B02 | 蒋春燕、毛伊娜、龚元元 | 2 | 专业核心课程 | 本课程介绍管理学领域的重要理论及研究成果，具体包括微观的组织行为领域及宏观管理理论。组织行为学是现代管理理论的重要组成部分，是一门以组织中人的心理活动和行为反应模式为研究对象的学科，它从个体、群体和组织三个层面阐述了工商业组织中员工行为的基本理论。组织理论是管理理论的核心内容，是研究组织结构、职能和运转以及组织中管理主体的行为，并揭示其规律性的逻辑知识体系。在学习过程中，本课程采用研讨课的形式，结合学生对期刊论文的阅读与回报以及教师的点评，帮助学生理解和掌握管理学主要的理论及其相关的研究发现，在此基础上锻炼同学们的学术能力，培养其对于学术前沿的敏感性与洞察力。 |
| C | 会计基本理论 | 120201C05 | 杨雄胜、陈丽花 | 1 | 转型期课程 | 《会计基本理论》作为会计学研究生的核心课，其主要目的是在介绍会计理论、会计研究方法的基础上，分析会计研究面临的问题和挑战。完成这门课程的学习之后，学生需要满足的要求包括：1. 积累会计理论知识，提高思辨能力。2. 对国内外的会计理论进行梳理，拓展国际化视野。3. 提高科学研究能力。授课内容包括: AAA 《基本会计理论》、A.C.利特尔顿《会计理论结构》、迈克尔.查特菲尔德《会计思想史》、夏恩.桑德《会计与控制理论》、霍金斯.麦考夫《会计学：一门学科规训》、托马斯.约翰逊，罗伯特.卡普兰《管理会计兴衰史：相关性消失》、杰恩.戈弗雷，阿伦.霍奇森，斯科特.霍姆斯《会计理论》、阿尔弗雷德，A.D.钱德勒《管理学历史与现状》，案例3、6、8、16、19、20、26。本课程教学方式为课堂讲授与课堂讨论相结合，以提高学生的科研能力和理论水平。 |
| 财务会计研究 | 120201C01 | 王跃堂、陈冬华 | 1 | 转型期课程 | 本课程学习目标为了解现代财务会计的理论基础，掌握现代财务会计的分析框架和内容，学习现代财务会计的研究方法。主要内容包括有效市场理论，会计信息的决策有用性的各种观点，实证会计理论，以及会计准则制定的经济问题和政治问题等。1、 财务报表与外部环境2、 理论基础* + - 理想环境下的会计
		- 信息的决策有用性
		- 有效市场理论(EMH)

 3、 会计信息的决策有用性* + - 信息观
		- 计量观
		- 契约观(经济后果学说)

4、 实证会计* + - 实证会计理论(PAT)
		- 博弈论的应用：委托代理合同与薪酬 计划
		- 盈余管理

 5、 会计准则的制定理论：经济问题和政治问题。 |
| 财务管理研究 | 120201C03 | 黄志忠、吴振华 | 1 | 转型期课程 | 本课程将重点介绍公司财务（corporate finance）中的金融契约（financial contract）理论，并讨论如何设定最优金融契约给予经理人激励从而解决代理问题（agency problem）。其中我们重点分析两类代理问题， 1）Adverse Selection, 2) Moral Hazard。我们将着重关注完全契约理论。其中我们将讨论一类常见的经理人薪酬契约——线性契约。我们要探讨，当经理人的努力程度无法被股东观测到的时候，股东制定的最优契约将满足怎样的形式？本课程将通过简单的数学模型分析其中的的逻辑脉络。并希望学生能通过基本理论的学习，进一步分析现实中的问题。本课程会有适当的课堂和课后练习，但是我强调的不仅仅是解决问题本身，而是希望学生通过练习能理解和掌握分析问题的方式。本课程内容较抽象，需要一定的数学基础，前提要求如下： 1.微积分+线性代数+概率论 中级微观经济学 +中级宏观经济学 或者2.高级微观经济学+高级宏观经济学 |
| 营销战略 | 120202C09 | 史有春 | 2 | 方法实践类课程 | 战略营销是企业从战略的高度、以企业的整体目标和计划为基础，为寻求企业的生存与发展对企业在产业和市场领域的竞争做出全局性的长远规划，以求获得长久竞争优势的营销理念、方法和流程.营销战略是企业为了实现与顾客的长期的互利交换关系而作出的如何开展市场营销活动的带有全局性、长远性的设想和谋划，内容上涉及营销活动的全过程并且是分层次的。如果不把营销战略强行贬为具体策略和实施方法，那么可认为战略营销更多是一种经营哲学、是一种战略规划而一般不涉及到4P，因而不太具有实用性；如果全面地理解营销战略，那么营销战略就兼有营销理念和可执行战略的双重特征，兼有理论性和实用性.在企业战略体系中，营销战略通常被界定为一种职能战略，与生产、人事、财务职能战略并列，这时理解的市场营销其实只是产品、价格等营销策略。由于营销战略也涉及到要选择企业的业务领域和确定使命，并要培育核心能力和竞争优势，因此与公司战略、经营战略、竞争战略的首要问题高度重合。事实上企业经营战略和营销战略很难分清，客观上营销战略在企业战略体系中处于中心地位。  |
| 高级市场营销 | 120202C06 | 董伊人、王国才 | 2 | 方法实践类课程 | 在今天快速变化的时代，营销实践发生着快速的变化，新的营销理论也层出不穷。营销专业的研究生们，在掌握了一般的营销原理以后，需要对这一领域中发生的变化及时的了解把握，对相关课题作进一步的跟进研究。本课程通过市场营销实践与思想的演进过程学习，让学生理解环境变迁对市场营销理论与实践的挑战与影响，掌握市场营销理论与实践中的主要趋势与最新发展，对顾客共创价值理论、中西方关系营销理论、营销中的社会责任、直销方式与原理与应用、共享经济与营销、跨界营销等有比较深刻的理解与研究，并且能够结合社会热点和企业实践，开展专项性研究。 |
| 市场策略研究与设计 | 120202C08 | 吴作民、朱虹 | 2 | 方法实践类课程 | “市场策略研究与设计”是一门研究市场策略理论和方法的市场营销专业课程。在系统掌握了市场营销基本理论的基础上，本课程结合中国市场和中国企业的实际营销现状，介绍市场策略的相关理论和研究方法，通过中国市场的典型案例剖析，有针对性地分析市场状态、消费者行为、产品规划与开发、市场选择策略、市场推广策略等关联问题，将市场策略理论与中国市场实践有机结合，强化学生的市场营销理论知识，培养分析思维能力，提升市场策略设计与执行的实践水平。课程分五个部分。第一部分：市场策略基本理论；第二部分：市场策略研究方法；第三部分：市场界定与目标消费者研究；第四部分：市场分析方法与工具；第五部分：市场策略设计与实施 |
| 电子商务运营与管理 | 020200C05 | 郑称德、宋培建 | 2 | 交叉前沿类课程 | 课程概述：（1）讲授电子商务运营的基础理论（2）广泛邀请业界人士，讲解电子商务实际的运营与管理课程目标：（1）通过理论学习，掌握电子商务运营的基本理论（2）通过业界人士的现场授课，了解电子商务运营的现状与前沿课程内容：1. 电子商务概述
2. B2C
3. 讲座：淘宝运营策略与实操
4. B2B
5. 讲座：B2B平台的运营与管理
6. 平台模式
7. 讲座：平台模式及其运营
8. 网络定制
9. 讲座：服装行业定制
10. 移动商务
11. 讲座：移动app与精准营销
12. 网络推广
13. 讲座：微信营销
14. 课程论文展示
 |
| 大数据分析与应用 | 020200C06 | 李小琳、许开全 | 2 | 交叉前沿类课程 | 课程概述：商业正转变为以数据驱动的发现和预测，而数据科学（Data Science）被评为二十一世纪最性感的职业。本课程的目标是介绍成为商业数据分析者所需要的基本知识和技能。课程目标：本课程的目标是介绍成为商业数据分析者所需要的基本知识和技能。课程内容：1) 基本知识：数据分析的一般过程，例如寻找合适的数据，采取适当的方法，以及有效的展示结果等。2) 基本技术：包括SQL和NoSQL解决方案，海量数据管理，用于数据挖掘的算法，和基本的统计建模。3) 数据科学团队管理：包括如何吸引、组建和培育数据科学团队，如何做好数据科学项目等。 |
| 电子商务理论与实践 | 020200C03 | 王全胜、杨雪 | 3 | 交叉前沿类课程 | 本课程首先旨在通过系统的文献阅读和研究主题交流，提高同学的文献阅读能力和整理能力，了解当前国内外电子商务领域最新的发展趋势、研究现状和存在问题。其次，通过对最新的电子商务模式创新案例、实践热点问题的讨论，以及与互联网有关的政策、环境、商业伦理和准则等的介绍，让学生了解互联网行业应用动态，掌握具体案例分析的方法，增强学生实践分析与沟通交流能力。最后，通过掌握和灵活应用管理学和电子商务的核心理论和主要研究方法，借助课堂集体讨论和小组合作开展研究课题，培养学生学会独立思考和分析现实中存在的电子商务领域的新问题、新现象，并提炼出值得研究的领域和方向，初步形成较高质量的研究论文，并以在国内外较好的期刊上发表，最终达到培养其独立研究能力的目的。  |

(以上各类课程行数可增加)