

上海外国语大学工商管理辅修专业人才培养方案

(2020 级)

一、培养目标

上外国际工商管理学院深化以科技为驱动的管理学专业内涵,以“无国界的世界,无国界的管理”(Borderless World, Borderless Management)为愿景,肩负“探索前沿,培育领袖,联通世界,成就未来”的使命,遵循学校的人才培养定位“围绕‘会语言,通国家,精领域’,着力培育思想素质过硬、中外人文底蕴深厚、跨文化沟通和专业能力突出、创新创业能力强的‘多语种+’卓越国际化人才”,以“宽口径”、“厚基础”、“高素质”、“强能力”为学院人才培养目标,以“多语种+”提升人才的竞争力,注重优秀本科生的培养,重点培养通晓学科前沿,掌握科学方法,兼具研究能力、创新能力和外语专长的管理精英。

二、培养要求

1. 具有良好的思想政治素质和正确的人生观和价值观,具有健康的心理素质和体魄;
2. 具有较强的法律意识、高度的社会责任感、良好的职业道德、团队合作精神和适应社会能力;
3. 具备科学精神、人文素养和专业素质,具有创新创业意识;
4. 掌握经济管理基本理论、数理基础及应用能力,能熟练运用现代信息计算机编程技术语言;
5. 基础扎实、视野广阔,具有向工商管理相关领域扩展渗透的知识结构和能力素养;
6. 熟悉全球视野下,企业管理的相关制度与政策、惯例与规则、语言与文化;
7. 掌握互联网背景下,新媒体、网络营销、新商业模式、数据分析等领域的相关知识和技能;
8. 了解本学科的理论前沿与发展动态,能够综合运用所学知识分析和解决问题;
9. 掌握文献检索、资料查询、科学研究的基本方法,具有初步开展科学研究和实际工作能力。

三、学制

工商管理辅修专业学制为 2-3 年。

四、证书及学分要求

第一阶段为期两年，需修满 **32 学分**，完成后获辅修专业证书。第二阶段为期一年，需修满 **16 学分**，学习对象为完成前两年辅修专业课程学习且主修专业属非管理学类专业的学生。符合三年平均绩点达到 2.00 及以上，学位论文合格、已获得主修专业对应学位等条件，通过学位审核后，可获得辅修管理学学士学位证书。

颁发辅修证书和辅修学士学位证书的条件和具体办法按《上海外国语大学辅修学士学位授予工作实施办法（试行）》、《上海外国语大学辅修专业管理办法（试行）》执行。

五、招生信息

1. 招生对象为：

- (1) 第一阶段：完成一年级基础课程的松江大学园区高校非管理类专业学生；
- (2) 第二阶段：上海外国语大学本科在校完成辅修前两年基础课程的非管理类专业学生。

2. 信息查询：教学计划、相关管理条例及招生录取工作可查询上海外国语大学教务处网站（网址：<http://www.newoaa.shisu.edu.cn/>）“辅修专栏”。

上海外国语大学工商管理辅修专业教学计划（2020 级）

阶段	序号	课程名称	学分	学时	各学期周学时					
					三	四	五	六	七	八
第一阶段	1	高等数学 Advanced Mathematics	4	60	4					
	2	管理学 Management	3	45	3					
	3	微观经济学 Microeconomics	3	45	3					
	4	商务编程 Business Programing	4	60		4				
	5	宏观经济学 Macroeconomics	3	45		3				
	6	市场营销学 Marketing	3	45		3				
	7	战略管理 Strategic Management	3	45			3			
	8	人力资源管理 Human Resources Management	3	45			3			
	9	创业管理 Entrepreneurship Management	3	45				3		
	10	会计学与公司理财 Accounting and Corporate Finance	3	45				3		
第二阶段	11	心理学 Psychology	2	30			2			
	12	脑与认知科学导论 Introduction to Brain and Cognitive Sciences	2	30				2		
	13	商务数据分析 Business Data Analysis	4	60					4	
	14	文献检索与论文写作 Literature Retrieval and Academic Writing	2	30					2	
	15	跨国公司管理 Multinational Corporation Management	2	30					2	
	16	学位论文 Thesis	4	60						4
	合计		48	720	10	10	8	8	8	4

1. 授课时间：每周一、三晚上 2-3 学时，周五下午 3-4 学时。具体将根据所在学期课程情况酌情安排。
2. 授课地点：上海外国语大学松江校区

课程简介

1、高等数学

《高等数学》课程是高等学校经管类本科各专业学生的一门必修的重要基础理论课，它一方面为后续的数学课程和专业课程提供必要的数学基础知识，另一方面进一步提高学生的数学素质。

《高等数学》主要内容包括：函数、极限与连续，导数与微分，中值定理与导数的应用，不定积分。

参考教材：1. 高等数学，吴传生，高等教育出版社；

2. 高等数学（上册），同济大学应用数学系编，高等教育出版社；

3. 高等数学，杨爱珍等，上海财经大学出版社。

2、管理学

《管理学》课程是工商管理专业的入门课程，使学生对于企业经营、组织行为和一般管理等管理的各个方面具有初步的了解。本课程

《管理学》课程会给学生提供提高自己解决管理类问题技能的机会。学生将会学习各类管理问题的基本分析工具，并在案例讨论中初步运用这些分析工具；将给学生提供训练机会，以提高他们在有限时间和不完全信息情况下的决策能力；提高学生的口头和书面的交流能力；提供基本的商业研究方面的训练。

参考教材：1. 管理学原理 Fundamentals of Management（英文版），斯蒂芬·罗宾斯、玛丽·库尔特著；

2. 管理学：现代的观点，芮明杰编，格致出版社、上海人民出版社。

3、微观经济学

《微观经济学》课程的任务是讲述微观经济学的理论原理和方法，分析市场价格的形成机理、市场运行方式和运行规律。介绍市场实现资源最优配置的基本原理以及市场的作用。剖析市场机制的优势和市场的缺陷，探讨我国的市场化改革和政策选择。

《微观经济学》课程的基本内容包括：经济学的产生与演变、供求理论、消费者行为理论、厂商理论、市场理论、一般均衡与福利经济学、外部性与公共物品、信息经济学等。

参考教材：1. 微观经济学原理，Robert H. Frank & Ben S. Bernanke，清华大学出版社，2007年第3版；

2. 经济学原理（微观经济学分册），曼昆，北京大学出版社；

3. 西方经济学简明教程，尹伯成主编，格致出版社/上海人民出版社，第8版。

4、商务编程

《商务编程》课程教授学生如何利用编程技术实现支撑商业活动的分析战略。由于编程技术更新较快，本课程未指定具体编程技术，可选择开课时间点的最新技术。

本阶段《商务编程》课程选择 Python 编程技术。主要内容包括：首先从 Python 的安装开始，随后讲授 Python 的基础知识和基本概念，包括列表、元组、字符串、字典以及各种语句；然后循序渐进地讲授一些相对高级的主题，包括抽象、异常、魔法方法、属性、迭代器；此后讲授如何将 Python 与数据库、网络、C 语言等工具结合使用，从而发挥出 Python 的强大功能，同时讲授 Python 程序测试、打包、发布等知识；最后，结合前面讲述的内容，按照实际项目开发的步骤讲授 10 个具有实际意义的 Python 项目的开发过程。

参考教材：Python 基础教程(第 3 版)，Magnus Lie Hetland 著，袁国忠译，人民邮电出版社。

5、宏观经济学

《宏观经济学》课程是研究总体经济的，该门课程解释在短期价格刚性的情况下和长期价格弹性的情况下以及超长期资源红利增加和技术进步条件下，总产出、就业水平以及总价格水平是如何决定的。阐述为什么一些国家发展慢而另一些国家发展快、一些国家通货膨胀而一些国家价格稳定、一些国家高失业率萧条而一些国家就业充分经济繁荣。该门课提供了一个分析框架，解读政府如何使用货币政策、财政政策和汇率政策对宏观经济进行调控以维持其健康稳定的运行。

《宏观经济学》课程的基本内容包括：宏观经济学的科学；宏观经济学的数据；国民收入：源自何处，去向何方；货币与通货膨胀；失业；经济增长；总需求和总供给；开放的宏观经济。

参考教材：1. 西方经济学简明教程，尹伯成主编，上海格致出版社，2013 年第 8 版；

2. 经济学原理（宏观经济学分册），N·格里高利·曼昆，北京大学出版社，2012 年第 6 版。

6、市场营销

《市场营销》课程采用实用的营销管理方法，通过相当数量的深入的现实案例和故事，展示市场营销学的核心理论，并揭示了现代营销的关键——创造顾客价值和建立盈利的顾客关系。

《市场营销》课程内容主要包含四个部分：（1）定义营销和营销过程；（2）理解市场环境和消费者行为；（3）设计顾客驱动的营销策略与组合；（4）市场营销学延伸理论。

参考教材：1. Principles of Marketing (Global Edition), Kotler, P., Armstrong, G., Pearson Education, 2016;

2. Marketing Management (15th), Kotler, P., Keller, K. L., Pearson Education, 2015.

7、战略管理

未来市场中，企业要获得成功，其管理者必须在传统市场和新兴市场这两类竞争市场中发展其资源和能力，以获得可持续优势。而组织试图建立这类竞争优势的途径也就构成了战略的本质。本课程将通过阅读、讨论和案例分析，介绍战略管理的概念，同时还将涉及到组织基本方向、目标、环境（包括社会、政治、技术、经济和全球化因素）、行业、市场结构和组织的优势和劣势。《战略管理》课程的重点是分析在不同类型的行业和公司，如何开发并成功实施战略。

财务、金融、市场营销、生产、人力资源或者信息系统等其他管理类课程主要集中在管理中一个特别的职能或者模块，而本课程所介绍的战略管理则是一门更为宏观的课程。它包含了商务管理的整个范畴，其关注的核心内容是整个企业、企业所处的行业和竞争环境、企业长期导向和战略、资源和竞争能力、以及企业成功的前景等。

通过《战略管理》课程，学生将对“管理者必须做什么，必须做好什么，才能使得公司在商业中获胜？”等这些问题进行回答。本课程的核心主题是：“合适的战略制定和优秀的战略执行是公司成功的关键，同时也是优秀管理的标志。”
参考教材：战略管理，理查德·林奇，培生教育出版社，2015年第7版。

8、人力资源管理

《人力资源管理》课程的任务是帮助学生树立现代企业人力资源管理观念，使学生掌握该领域所涉及的核心概念和前沿理论，掌握人力资源管理各项基本职能的基本方法和决策方法，熟练运用所学知识和技能为人力资源管理决策服务，培养相关方面的应变能力，创新能力，职业判断能力，为今后走向社会，在任何类型组织内从事人力资源管理相关工作打下坚实的基础，真正成为即有语言能力、又有专业素养与国际视野的高层次人才。这正是我校高层次国际化创新人才之培养目标。

《人力资源管理》课程的基本内容包括：人力资源管理的基本原理和核心概念，理论发展与环境，人力资源管理领域的关键职能如规划、工作分析、员工招募与挑选、培训与发展、绩效管理、薪酬福利等。

参考教材：1. Fortune;
2. Business Week ;
3. Harvard Business Review;
4. Journal articles and books.

9、创业管理

《创业管理》课程内容涵盖创业与企业家精神、创业过程、创业机会识别与评价、商业模式、创业计划书、创业团队、创业融资、新创企业成长等方面的技术、方法与知识。本课程教学的目的在于让学生了解创业活动过程的内在规律以及创业活动本身的独特性，了解创业过程经常容易遇到的问题和障碍。通过本课程的教学，培育学生积极进取和创新的意识，强化创业精神，培养和锻炼机会识别、创新、资源整合、团队建设、知识整合等创业技能，引导学生用创业与创新的思维和行为准则开展工作，强化创造性地分析和解决问题的能力，为学生将来创业或创造性地开展工作奠定一定的基础。

参考教材：《创业管理》，张玉利主编，机械工业出版社，2016年6月第四版

10、会计学与公司理财

《会计学与公司理财》课程是以讲授会计学知识的基础上，进一步讲授公司理财的基本理论和基本方法，本课程以净现值（NPV）作为贯穿全课程的基本概念，以估价为主线，讲授特定的财务决策如何影响公司的估价，同时强调公司财务决策者判断的重要性。

《会计学与公司理财》课程的基本版块包括：会计等式、复式记账法、会计分录、会计凭证、分析和记录经济交易、期末调账和准备财务报表、完成会计循环等；财务报表分析、未来现金流量估价、资本预算、风险与报酬的关系、资本成本与长期财务决策、短期财务计划与管理等。

参考教材：1. 会计学原理，约翰·J·怀尔德，肯·W·肖，芭芭拉·基亚佩塔，中国人民大学出版社，2013；

2. 华尔街日报、金融时报。

11、心理学

《心理学》课程目标是向学生传授心理学的“一般”知识和“基础”知识，使学生了解心理学的基本现象、基本概念和基本理论，掌握心理学的基本研究方法、了解心理学发展的一般趋势，激发学生的学习兴趣 and 热情。本课程的重点是心理学基本的概念和基本理论，难点是心理学的基本理论和心理现象的生理机制问题。

通过一个学期的课程教学，学生将对心理学的基本概念有所认识；能初步掌握如何用科学的方法客观地设计实验并评价心理现象；了解自身的心理现象及基本内容；加深学生对管理学中与人有关内容的认识。

参考教材：1. 心理学与生活，理查德·格里格、菲利普·津著，王垒、王甦译，人民邮电出版社，中文版第16版；

2. 实验心理学，郭秀艳，人民教育出版社，2004年10月第一版。

12、脑与认知科学导论

21 世纪是生物技术和信息技术共领风骚的时代。脑与认知科学作为其中最具有挑战性和最活跃的科学前沿之一，已经成为全球性的研究热点，并逐步渗入到信息和管理等学科领域。《脑与认知科学导论》作为一门认识脑与认知科学的基础课程，将系统论述脑科学、认知科学的基本概念和理论基础、技术手段、研究方法和研究成果，并尝试将脑与认知科学的知识引入到人们的生活和管理实践，介绍脑与认知科学在决策、营销、认知计算和人工智能领域中的初步运用。通过本课程的学习，可以了解脑与认知科学的基础理论知识、技术和方法，掌握最新的研究动态及其在信息和管理等领域的应用。

参考教材：1. 认知神经科学教程，罗跃嘉著，北京大学出版社，2006 年；
2. 认知科学概论，武秀波等著，科学出版社，2007 年。

13、商务数据分析

商务智能是一个新兴的领域，近年来引起了学术界和产业界的广泛关注。商务智能是企业利用现代信息技术收集、管理和分析商务数据与信息，累积商务知识和见解，改善商务决策水平，辅助采取有效的商务行动，完善商务流程，提升商务绩效，从而增强综合竞争力的过程。《商务智能》课程从信息技术的视角，帮助学生提升管理技能。

《商务智能》课程主要包括：首先系统地介绍商务智能的基本概念、商务智能系统的架构以及数据仓库、OLAP 和数据挖掘等核心技术。在此基础上，讲授商务智能在电子商务、移动商务、知识管理、Web 挖掘、企业绩效管理、流程管理、RFID 数据管理和大数据管理等领域的最新应用。此外，通过 IBM、SAP 等业界领先的商务智能工具进行实验，增强学生的应用能力。

参考教材：清华科技大讲堂：商务智能，赵卫东著，清华大学出版社，第 4 版。

14、文献检索与论文写作

《文献检索与论文写作》课程将介绍如何利用现有资源来检索文献、论文写作的要求与方法。重点帮助学生掌握独立进行科学研究与写作的能力。通过本课程的学习，可以熟练掌握毕业论文与其他课程论文的写作。

参考教材：1. Academic writing for graduate students: Essential tasks and skills (Vol. 1). Ann Arbor, Swales, J. M., Feak, C. B., University of Michigan Press, 2004;

2. Critical academic writing and multilingual students, Canagarajah, A. S., University of Michigan Press, 2013.

15、跨国公司管理

《跨国公司管理》课程以“引进来”和“走出去”为主轴，以国际企业经营管理为重点，让学生系统掌握基础性的跨国公司经营管理理论，了解国际企业经营管理所面临的不同的文化、政治、经济、法律制度，识别开展国际化经营需要

正视的各类风险，并在此基础上制定适当的国际化战略以及战略执行方案，根据实施战略的需要进行相应的企业内部管理。通过以上学习，实现奠定学生作为国际化经营管理专业人士必备的基础知识的目标。

参考教材：1. Global Business, M. W. Peng, Beijing: Tsinghua University Press, 2006;

2. International Business: Competing in the Global Marketplace, Charles W. L. Hill, McGraw-Hill Higher Education, 2010.