

# 目 录

## 理论课程教学大纲

管理学.....	1
会计学.....	7
微观经济学.....	11
宏观经济学.....	15
市场营销学 A.....	20
应用统计.....	27
市场调查及市场预测.....	32
电子商务 A.....	38
管理信息系统.....	44
运筹学 A.....	50
客户关系管理.....	54
物流学 A.....	59
供应链管理.....	64
组织行为学.....	70
企业战略管理.....	75
消费者行为学.....	79
销售管理.....	86
旅游学概论.....	91
旅游法规.....	95
旅游英语 A（二）.....	100
旅游公共关系学.....	103
旅游市场营销.....	108
旅行社管理.....	113
物流设施与设备.....	118
物流经济学.....	124
物流管理信息技术.....	130
采购管理.....	134
仓储管理与库存控制.....	138

运输与配送管理.....	143
物流工程.....	148
国际物流.....	152
物流系统分析与设计.....	156
货币银行学.....	160
国际金融 A.....	165
金融工程学.....	169
公司金融.....	173
金融衍生工具开发.....	178
金融风险管理.....	183
酒店管理概论.....	187
旅游礼仪.....	191
旅游英语 A（一）.....	195
旅游经济学.....	199
旅游心理学.....	203
中央银行概论.....	206
证券投资学.....	211
计量经济学.....	216
投资银行学.....	221
上市公司报表分析.....	225
餐饮管理.....	231
营销渠道管理.....	235
景点景区管理.....	241
旅游日语 A（一）.....	244
保险学 A.....	251
固定收益证券.....	257
经济学导论.....	261
电子商务法.....	266
人力资源管理.....	270
财务管理.....	274
国际贸易理论与实务.....	278
中国旅游资源.....	282

导游业务.....	289
旅游业质量管理体系.....	293
生产运营管理.....	296
网络营销.....	301
企业资源计划.....	306
商务谈判.....	310
会计信息系统 A.....	316
税收筹划.....	320
财务分析.....	324
管理心理学.....	328
成本管理.....	331
广告学.....	335
国际市场营销.....	340
计量营销学.....	348
营销战略管理.....	355
营销策划.....	360
旅游开发与规划.....	366
中国旅游文化.....	370
专业外语.....	373
物流运作管理.....	377
国际货运代理.....	381
系统工程.....	385
货物学.....	389
物流法规.....	393
信托与租赁.....	399
商业银行经营管理.....	404
国际贸易理论与实务.....	410
金融时间序列分析.....	414
期货投资理论与实务.....	420
金融法.....	424
基金投资与管理.....	431
会计学原理.....	435

前厅与客房管理.....	439
旅游电子商务.....	443
酒店集团管理案例.....	447
酒店服务管理.....	451
酒吧经营管理.....	454
旅游网络营销.....	458
网站建设与管理.....	462
管理学原理 A.....	466
市场营销学 B.....	470
市场营销与调查.....	476
金融学 B.....	482
国际金融 B.....	486
报关业务.....	490
创业管理 A.....	493
经济系统预测与分析.....	498
统计分析软件.....	502
跨国公司经营管理.....	505
专业研究方法 A.....	510
质量管理与质量认证.....	513
商务英语.....	517
投资项目分析.....	520
社交礼仪及沟通技能.....	524
商法.....	527
品牌管理.....	533
会计信息系统 B.....	540
零售学.....	543
服务营销.....	548
会展旅游.....	553
旅游美学 B.....	556
民俗旅游.....	560
高级英语 C（一）.....	564
休闲旅游学.....	567

中国古典园林.....	570
高级英语 C（二）.....	573
旅游消费者行为学.....	576
客源国概况.....	579
酒店服务运营管理.....	582
电子商务物流.....	586
超市物流.....	590
物流系统仿真.....	594
外包管理.....	598
资产评估学.....	601
金融经济学.....	606
金融市场学.....	609
应用随机过程.....	613
金融工程前沿讲座.....	617
网络金融.....	624
房地产金融.....	629
房地产金融.....	633
电子商务 B.....	637
市场营销 B.....	641
管理学.....	645
市场营销学.....	649
客户关系管理.....	656
市场营销调研.....	661
生产运营管理.....	666
成本与管理会计.....	670
组织行为学.....	674
税制与税务筹划.....	679
跨国公司经营管理.....	683
国际市场营销.....	688
电子商务.....	696

## 实践课程教学大纲

毕业设计（论文） .....	702
毕业论文.....	705
认识实习.....	708
管理实训.....	710
市场调查及市场预测课程设计.....	713
专业实习.....	716
毕业实习.....	718
毕业实习.....	721
认识实习.....	724
远程综合训练.....	727
专业实习.....	730
毕业实习.....	734
学年论文.....	738
认识实习.....	740
物流管理综合模拟.....	744
物流管理实务.....	746
生产实习.....	749
毕业实习.....	753
认识实习.....	756
金融投资业务实训.....	759
金融衍生工具开发课程设计.....	761
专业实习.....	763
毕业实习.....	766
市场调查报告.....	771
毕业实习.....	774

# 《管理学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Managements

课程代码: BU241001

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、旅游管理、金融工程、工程管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

管理学 (Management) 是工商管理、市场营销、物流管理、旅游管理、金融工程专业的核心必修课, 通过本课程的学习, 使学生理解管理思想的产生发展、管理活动的方式、管理的计划、组织、领导、控制、创新职能的基本原理及运用方法, 从而让学生学习如何在实际工作中灵活运用各种管理手段, 并通过各种管理案例的分析, 切实提高学生用管理原理分析解决问题的能力。

### (二) 课程基本要求

本课程要求学生通过学习理解管理原理的概念及企业管理的工作目的及要求; 并且能掌握管理各种职能的主要内容及操作方法; 最后分析企业常见管理手段的原理以及实施重点。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 管理与管理学

##### 第一节 管理活动

##### 第二节 管理性质

##### 第三节 管理对象和方法

基本要求: 了解该学科的学习意义和研究对象, 对管理的概念和职能等内涵有较深度的理解和把握。

#### 第二章 管理思想的发展

## 第一节 西方传统管理思想

## 第二节 西方管理思想的发展

基本要求：掌握西方管理理论发展的基本线索和脉络，尤其是发展主要阶段、历史背景、主要流派观点和代表人物。

## 第三章 管理的基本原理

### 第一节 管理原理的特征

### 第二节 系统原理与责任原理

### 第三节 效益原理与信息化原理

基本要求：掌握管理学的主要原理，以及各种原理在管理实践中的运用方法。

## 第四章 道德与社会责任

### 第一节 企业道德观

### 第二节 影响管理者道德素质的因素

### 第三节 社会责任理论与企业社会责任实践

基本要求：在了解管理和伦理道德的基本关系基础上，重点把握道德发展的阶段及其对于企业管理的影响，深刻理解企业的社会责任。

## 第五章 管理的基本方法

### 第一节 管理的方法总论

### 第二节 管理的法律方法与行政方法

### 第三节 管理的经济方法与技术方法

基本要求：理解管理的各种方法的原理，重点理解如何在管理中灵活综合运用各种方法，提高管理效率。

## 第六章 决策

### 第一节 决策理论概述

### 第二节 定性决策与定量决策

### 第三节 决策的过程及方法

基本要求：熟悉决策的过程和主要环节，理解传统决策和行为决策的主要区别，掌握决策的主要方法。

## 第七章 计划与计划工作

### 第一节 计划的概念及其性质

## 第二节 计划的内容

## 第三节 计划的方法

基本要求：在了解计划基本概念和性质的基础上，重点掌握计划的内容和方法。

# 第八章 计划的实施

## 第一节 企业远景与战略规划制定

## 第二节 目标管理

## 第三节 企业资源计划

基本要求：了解企业愿景与战略规划制定方法、掌握战略规划的类型和实现计划的方法，重点掌握目标管理和企业资源计划的实施。

# 第九章 组织设计

## 第一节 组织理论演进过程概述

## 第二节 组织设计的影响因素分析

## 第三节 部门化

## 第四节 分权与授权原则

基本要求：掌握组织的概念、组织幅度与层级的关系、组织部门化的形式与决定因素、分权的原因和授权的原则。

# 第十章 组织力量的整合

## 第一节 正式组织与非正式组织

## 第二节 直线与参谋

## 第三节 委员会

基本要求：理解组织中的若干种常见的组织形态，并理解各种组织形态对管理工作产生的影响。

# 第十一章 组织变革与组织文化

## 第一节 组织变革理论概述

## 第二节 组织变革的管理

## 第三节 组织文化理论与实践

基本要求：了解组织变革的规律、掌握组织变革的过程和冲突管理、深刻理解组织文化在组织变革中所起的作用及其作用机制。

# 第十二章 领导与领导者

## 第一节 领导的内涵

## 第二节 领导类型及相关理论

## 第三节 领导实践艺术

基本要求：区分领导和管理、掌握主要领导理论、对主要领导方式有深刻理解和把握。

## 第十三章 激励

### 第一节 激励的内涵及分类

### 第二节 激励的过程和基本原理

### 第三节 主要激励理论

基本要求：深刻理解激励的过程和机制，重点掌握期望理论和公平理论，提高激励案例分析能力。

## 第十四章 沟通

### 第一节 组织中的沟通

### 第二节 沟通的障碍及其克服

### 第三节 冲突与谈判

基本要求：理解沟通的过程和主要环节、分析影响沟通的主要因素和化解方法。

## 第十五章 管理信息

### 第一节 管理信息的概念和主要特征

### 第二节 管理信息系统过程和效率影响因素分析

### 第三节 提高管理信息系统效率的途径

基本要求：深刻认识管理信息系统的特征、理解管理信息系统各个环节的运行过程和特点、分析提高管理管理信息系统效率的方法。

## 第十六章 管理创新

### 第一节 管理创新的概念和主要特征

### 第二节 管理创新的基本内容、过程与组织

### 第三节 企业制度创新

基本要求：深刻认识管理创新的特征、理解管理创新各个环节的运行过程和特点、分析推动企业创新的方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	管理与管理学	3			
2	管理思想的发展	3			
3	管理的基本原理	3			
4	道德与社会责任	3			
5	管理的基本方法	3			
6	决策	3			
7	计划与计划工作	3			
8	计划的实施	3			
9	组织设计	3			
10	组织力量的整合	3			
11	组织变革与组织文化	3			
12	领导与领导者	3			
13	激励	3			
14	沟通	3			
15	管理信息	3			
16	管理创新	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为卷面考试形式，平时成绩 30%，期末成绩 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

周三多. 管理学—原理与方法 (第六版). 复旦大学出版社.

### (二) 主要参考书目:

1. 斯蒂芬. P. 罗宾斯. 管理学 (第十一版). 中国人民大学出版社.
2. 陈传明, 周小虎. 管理学原理. 机械工业出版社.
3. 张康之. 一般管理学原理. 中国人民大学出版社.
4. 雷扬, 盛辉. 企业管理范本大全. 中央编译出版社.

制订人: 易雅馨

审核人: 韩云

审定人: 余晓红

# 《会计学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Accounting

课程代码: BU241003/BU251008

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、旅游管理、金融工程、物流管理、人力资源管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

本课程是一门专业基础课,是学习其他经济管理类课程的必备知识。本课程的教学任务是为初学者掌握会计的基本理论、基本方法和基本操作技术。

通过对本课程的学习,要求学生基本掌握会计学基本知识、会计工作规范、一般工业企业所发生的经济业务、同时如何按规定程序对会计要素的增减变化予以连续系统完全的帐务处理。如何形成财务报表,提供会计信息。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 总论

第一节 会计概述

第二节 会计对象

第三节 会计核算方法

第四节 会计法规

第五节 会计工作组织

基本要求:通过本章的学习,可以使學生掌握会计和会计学的基本概念,会计的涵义、内容、职能与目标、会计方法与技术、会计学及其分支等内容。

#### 第二章 会计科目、会计账户和复式记账

第一节 资金平衡原理

第二节 会计科目

第三节 会计账户

#### 第四节 复式记账

基本要求：通过本章的学习，可以使学生掌握会计要素的涵义、内容，以及会计等式的涵义、经济业务对会计等式的影响、会计科目的设置，复式记账原理以及借贷记账法的基本要点，总分类账户与明细分类账户的平行登记。

### 第三章 制造企业经济业务的核算

#### 第一节 资金进入企业的核算

#### 第二节 供应过程的核算

#### 第三节 生产过程的核算

#### 第四节 销售过程的核算

#### 第五节 利润的核算

#### 第六节 资金退出企业的核算

基本要求：掌握借贷记账法试算平衡、平行登记。学生可以掌握制造业企业有关经济业务的核算方法。

### 第四章 会计凭证

#### 第一节 会计凭证概述

#### 第二节 原始凭证

#### 第三节 记账凭证

#### 第四节 会计凭证的传递和保管

基本要求：学生可以掌握会计凭证的作用和种类，原始凭证和记账凭证的含义与作用，会计凭证的传递和保管。

### 第五章 会计账簿

#### 第一节 会计账簿概述

#### 第二节 总分类账簿

#### 第三节 记账规则及错账更正

基本要求：通过本章学习，学生可以掌握会计账簿的分类，各种账簿的作用以及记账规则。

### 第六章 财产清查

#### 第一节 财产清查的意义和种类

#### 第二节 财产清查的方法

#### 第三节 财产清查结果的处理

基本要求：通过本章的学习，要求学生掌握财产清查的意义、内容、方法以及清查结果的处理

## 第七章 财务报告

第一节 财务会计报告概述

第二节 资产负债表

第三节 利润表和所有者权益变动表

第四节 现金流量表

第五节 企业会计报表附注的内容和格式

基本要求：通过本章的学习，学生可以掌握会计报表的意义、种类以及各种报表的编制要求和报表分析。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	总论	4			
2	会计科目、帐户和复式记账	8			
4	制造业的经济业务核算	18			
5	会计凭证	4			
6	会计账簿	4			
7	财产清查	4			
8	财务会计报告	6			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：财务管理，财务分析

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

李海波. 会计学原理. 立信会计出版社.

**(二) 主要参考书目**

1. 企业会计准则编审委员会. 企业会计准则案例讲解. 立信会计出版社.
2. 怀尔德. 会计学原理. 中国人民大学出版社.
3. 亨格瑞. 会计学. 中国人民大学出版社.
4. 夏冬林. 会计学. 清华大学出版.

**制订人：李雪冬**

**审核人：韩云**

**审定人：余晓红**

# 《微观经济学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Microeconomics

课程代码: BU241004 /BU251007/BU241Z02

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程、物流管理、旅游管理、工商管理、市场营销、工商管理（专转本）、市场营销（专转本）

## 二、教学目标与要求

课程的任务: 微观经济学是国家教育部确定的管理类专业本科生的专业基础课。在整个管理类专业的课程体系中, 占有十分重要的地位。微观经济学主要介绍需求与供给曲线的决定、弹性理论、生产理论、企业组织与创新过程、市场结构理论、生产要素投入利用的决策、资本市场与投资、市场及政府的有效性与局限性等。

课程的基本要求: 第一, 掌握微观经济学的基本知识、基本原理, 运用经济学的基本原理分析在市场经济问题; 第二, 掌握微观经济学基本理论内容的基础上, 提高学生的抽象思维能力和逻辑思维能力, 培养学生运用经济学的分析方法分析问题和解决问题的能力, 并使学生了解某些西方经济理论对我国当前的经济改革和开放的借鉴作用, 提高预见这些政策的现实影响的能力, 为后续课程和实际工作打下坚实的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

##### 第一节 经济学与经济问题

##### 第二节 经济学的研究方法

重点: 通过本章的学习, 掌握稀缺、选择和机会成本; 任何经济制度下的三大基本经济问题, 生产可能性曲线, 经济学的定义, 经济学的研究方法。

难点: 经济学的研究对象, 经济学研究的主要问题。

#### 第二章 需求与供给

## 第一节 需求、需求量和需求曲线

## 第二节 供给、供给量和供给曲线

## 第三节 需求弹性和供给弹性

## 第四节 均衡产量和均衡价格

重点：通过本章的学习，掌握需求、需求量的定义；需求价格弹性的定义、计算公式，需求价格弹性的分类以及与总收益的关系，需求收入弹性、交叉弹性的定义及意义；供给、供给量的定义；供给的三种表示方法，供给价格弹性的定义、计算公式；市场均衡的形成机制。

难点：弹性计算，市场均衡的形成机制。

## 第三章 消费者行为

### 第一节 消费者偏好

### 第二节 消费者均衡

### 第三节 价格效应与消费者选择

重点：通过本章的学习，掌握效用理论，无差异曲线的定义及其性质；边际替代率和边际替代率递减法则；如何借助无差异曲线和预算线推导出效用极大化条件（消费者均衡），恩格尔曲线和消费者剩余。

难点：无差异曲线分析法。

## 第四章 生产者理论

### 第一节 生产技术

### 第二节 生产者均衡

重点：通过本章学习，掌握总产量曲线的特征，劳动平均产量和资本平均产量曲线的推导和性质，生产三阶段的划分及其效率问题，等产量曲线的定义及其性质，等成本线的定义及其性质，短期和长期利润极大化的均衡条件，规模报酬的三种形式。

难点：生产者均衡分析方法及相关概念。

## 第五章 成本理论

### 第一节 成本分析的基本概念

### 第二节 生产成本分析

### 第三节 规模经济与企业

重点：通过本章的学习，掌握会计成本、机会成本和经济成本的定义及其联系和区别；各种短期和长期成本曲线的形状及其特征；成本极小化的条件；企业生产规模的选择和限制。

难点：短期和长期成本曲线的形状及其特征。

## 第六章 完全竞争市场理论

### 第一节 完全竞争市场

### 第二节 完全竞争厂商的短期均衡

### 第三节 完全竞争厂商的长期均衡

重点：通过本章学习，掌握市场结构及其四种类型；完全竞争的基本假设；完全竞争市场的短期均衡和长期均衡，以及实现均衡的意义。

难点：完全竞争市场的短期均衡。

## 第七章 不完全竞争市场理论

### 第一节 完全垄断及其形成原因

### 第二节 垄断厂商的均衡

### 第三节 垄断厂商的价格歧视

### 第四节 垄断竞争市场

### 第五节 寡占市场

### 第六节 简单博弈

重点：通过本章学习，掌握完全垄断的假设条件及其成因；需求曲线、收益曲线；完全垄断企业实现短期利润极大化的均衡；完全垄断企业实现长期利润极大化的均衡；垄断者价格歧视策略；政府对垄断企业的管制及其结果。掌握垄断竞争的定义、特征及其垄断竞争企业的需求曲线；垄断竞争企业的短期和长期均衡条件；寡头市场模型。并了解基本的博弈模型，讨论博弈论中的两个基本概念：威胁与承诺。

难点：价格歧视策略，寡头市场模型。

## 第八章 生产要素市场

### 第一节 要素的需求与供给

### 第二节 劳动、资本和自然资源市场

重点：通过本章学习，掌握生产要素需求和供给；考察要素市场的均衡，并分析不同类型的要素市场结构。

难点：生产要素供给与需求的相关概念。

## 第九章 一般均衡与经济效率

### 第一节 一般均衡与福利

### 第二节 外部经济和公共产品

重点：通过本章学习，掌握公平与效率的一些基本问题，社会福利的帕累托最优条件，并对不同市场结构的效率进行分析。

难点：帕累托最优的实现条件。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	导论	2			
2	需求与供给	6			
3	效用理论	6			
4	生产理论	6			
5	成本理论	6			
6	完全竞争市场	6			
7	不完全竞争市场	8			
8	生产要素市场	4			
9	一般均衡与经济效率	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，考核方式为闭卷考试，卷面成绩占70%，平时成绩占30%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学

后续课程和教学环节：宏观经济学、国际贸易理论与实务、国际金融、计量经济学

平行开设课程和教学环节：会计学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

高鸿业.西方经济学(微观部分)(第三版).中国人民大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 曼昆著, 梁小民译. 经济学原理(第六版) 微观经济学分册. 北京大学出版社.
2. 陈恳, 吴卫华主编. 西方经济学习题精编. 高等教育出版社.
3. 唐任伍主编. 经济学原理. 北京师范大学出版社.

制订人：史嵘

审核人：万正晓

审定人：余晓红

# 《宏观经济学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Macroeconomics

课程代码: BU241005/BU252003/BU242Z03

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、金融工程、旅游管理、物流管理、工商管理（专转本）、市场营销（专转本）

## 二、教学目标与要求

课程任务: 宏观经济学是以一国的宏观经济运行作为主要研究对象的科学。针对经济学与管理学专业的学生,本课程从企业的角度出发研究和分析企业的宏观经济环境,注重理论对企业经营管理的意义。在分析政府的经济政策时,重点也是放在企业如何预期和适应政府政策的变化,以及政府政策的变化对企业经营环境的影响等方面。

基本要求: 通过本课程的学习,使学生熟练掌握宏观经济学的基本概念、原理和分析方法,把握宏观经济学的理论框架,了解宏观经济学的最新发展动态,并能运用这些知识分析我国宏观经济运行中的问题,特别是宏观经济政策的选择及其效果。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国民收入核算

第一节 宏观经济学的特点

第二节 国内生产总值

第三节 核算国民收入的两种方法

第四节 从国内生产总值到个人可支配收入

第五节 国民收入的基本公式

第六节 名义 GDP 和实际 GDP

重点: GDP 的性质与核算

难点：从国内生产总值到个人可支配收入

## 第二章 简单国民收入决定理论

第一节 均衡产出

第二节 凯恩斯的消费理论

第三节 关于消费函数的其他理论

第四节 两部门经济中国民收入的决定及变动

第五节 乘数论

第六节 三部门经济的收入决定

第七节 部门经济中各种乘数

第八节 四部门经济中国民收入的决定

重点：凯恩斯的消费理论

难点：乘数论

## 第三章 产品市场和货币市场的一般均衡

第一节 投资的决定

第二节 IS 曲线

第三节 利率的决定

第四节 LM 曲线

第五节 IS-LM 分析

第六节 凯恩斯的基本理论框架

重点：IS—LM 曲线的性质

难点：IS-LM 分析

## 第四章 宏观经济政策分析

第一节 财政政策和货币政策的影响

第二节 财政政策效果

第三节 货币政策效果

第四节 两种政策的混合使用

重点：财政政策和货币政策的性质和应用

难点：两种政策的混合使用

## 第五章 宏观经济政策实践

第一节 经济政策目标

第二节 财政政策

第三节 货币政策

#### 第四节 宏观经济政策及理论的演变

重点：经济政策目标

难点：宏观经济政策的应用

### 第六章 总需求—总供给模型

#### 第一节 总需求曲线

#### 第二节 总供给的一般说明

#### 第三节 长期和短期在国民收入决定中的特殊含义

#### 第四节 古典总供给曲线

#### 第五节 凯恩斯总供给曲线

#### 第六节 常规总供给曲线

#### 第七节 总需求和总供给模型对现实的解释

#### 第八节 总需求和总供给模型的数学小结

重点：长期和短期在国民收入决定中的特殊含义

难点：总需求和总供给模型对现实的解释

### 第七章 失业与通货膨胀

#### 第一节 失业的描述

#### 第二节 失业的经济学解释

#### 第三节 失业的影响与奥肯定律

#### 第四节 通货膨胀的描述

#### 第五节 通货膨胀的原因

#### 第六节 通货膨胀的经济效应

#### 第七节 失业与通货膨胀的关系——菲利普斯曲线

重点：失业与通货膨胀的关系

难点：通货膨胀的原因和经济效应

### 第八章 开放经济下的短期经济模型

#### 第一节 汇率和对外贸易

#### 第二节 蒙代尔—弗莱明模型

#### 第三节 蒙代尔—弗莱明模型的应用

#### 第四节 南—北关系的一种经济分析

重点：汇率和对外贸易

难点：蒙代尔—弗莱明模型的应用

### 第九章 经济增长和经济周期理论

第一节 国民收入长期增长趋势和波动

第二节 经济增长的描述和事实

第三节 增长核算

第四节 新古典增长模型

第五节 内生增长理论

第六节 促进经济增长的政策

第七节 经济周期的含义与特征

第八节 经济周期理论的简要回顾

第九节 乘数—加速数模型

第十节 实际经济周期理论

重点：经济周期的含义与特征

难点：新古典增长模型、实际经济周期理论

## 第十章 宏观经济学的微观基础

第一节 消费

第二节 投资

第三节 货币需求

重点：货币需求

难点：代表性经济主体的微观最优化行为描述

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	国民收入核算、简单国民收入决定理论	2			
2	产品市场和货币市场的一般均衡	4			
3	宏观经济政策分析、宏观经济政策实践	6			
4	总需求—总供给模型	4			
5	失业与通货膨胀	4			
6	开放经济下的短期经济模型	4			
7	经济增长和经济周期理论	4			
8	宏观经济学的微观基础	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

1、课程考核方法。本课程属考查课，以闭卷考试为主。

2、课程成绩结构。本课程以等级制形式给出课程考核结果，采用平时考核成绩和期终测试成绩相结合的分数结构，其中平时成绩占总分数 40%，期终成绩占总分数 60% 。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学

后续课程和教学环节：金融学、金融经济学

平行开设课程和教学环节：会计学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

高鸿业主编. 西方经济学（第六版）. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 曼昆. 经济学原理:宏观经济学分册（第六版）. 北京大学出版社.
2. 考恩. 宏观经济学:现代原理. 格致出版社.
3. 萨缪尔森. 宏观经济学（第十九版）. 人民邮电出版社.

制订人：毛东俊

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《市场营销学 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing A

课程代码: BU241006/BU251006

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 市场营销、工商管理、物流管理、物流管理（国际）

## 二、教学目标与要求

市场营销学是工商管理类专业的一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础之上的应用学科。它研究以满足市场需求为中心的企业营销活动过程及其规律性,具有全程性、综合性、实践性的特点。通过本课程的教学使学生掌握企业市场营销的基本知识、基本理论和基本技能;认识在发展社会主义市场经济的进程中,加强对企业市场营销管理的重要性;熟悉和掌握分析市场营销环境、研究市场的购买行为、制定市场营销组合决策、组织和控制市场营销活动的基本程序、方法和策略;培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的能力,具备较好的实际应用能力,以便今后能较好地适应市场营销管理工作的需要。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 市场营销与市场营销学

##### 第一节 市场与市场营销

##### 第二节 市场营销学的发展与研究

##### 第三节 市场营销学的相关理论及基本内容

教学目标与要求: 掌握市场及市场营销的相关概念;了解市场营销学的产生和发展;掌握市场营销学的内容体系和研究方法,理解市场营销对企业的重要意义;

教学重点: 市场及市场营销的相关概念、市场营销学的产生和发展、市场营销对企业的重要意义

教学难点: 市场及市场营销的相关概念

## 第二章 市场营销管理哲学及其贯彻

### 第一节 市场营销管理哲学及其演进

### 第二节 顾客让渡价值

### 第二节 顾客满意与顾客忠诚

教学目标与要求：掌握市场营销管理哲学及其演进；正确理解顾客让渡价值的含义；深刻领会顾客满意的价值；了解顾客满意与顾客忠诚之间的关系

教学重点：市场营销管理哲学及其演进、顾客让渡价值的含义、顾客满意与顾客忠诚之间的关系

教学难点：市场营销管理哲学及其演进

## 第三章 规划企业战略与市场营销管理

### 第一节 市场营销战略

### 第二节 市场营销管理过程

教学目标与要求：了解市场营销战略，掌握市场营销战略规划步骤，制定有效的营销战略方案；了解企业市场营销管理的概念和过程，掌握市场营销管理过程的基本线索和框架；

教学重点：市场营销战略规划步骤、企业市场营销管理的概念和过程

教学难点：市场营销战略规划步骤

## 第四章 市场营销环境

### 第一节 市场营销环境的含义和特征

### 第二节 微观市场营销环境

### 第三节 宏观市场营销环境

### 第四节 环境评价与对策

教学目标与要求：了解市场营销环境的含义和特征，弄清市场营销活动与市场营销环境的关系。了解微观和宏观市场营销环境的内容及其变化，做出正确的营销决策，提高企业的适应能力和应变能力。

教学重点：市场营销活动与市场营销环境的关系、微观和宏观市场营销环境的内容

教学难点：微观和宏观市场营销环境的内容

## 第五章 消费者市场和购买行为分析

### 第一节 消费者市场及其特点

### 第二节 消费者需要及其行为模式

### 第三节 影响消费者购买行为的主要因素

#### 第四节 消费者购买决策过程

教学目标与要求：了解消费者市场的特点和分类；掌握消费者的需要及其购买行为模式；研究影响消费者购买的主要因素；正确认识消费者购买决策过程，为制定营销战略与策略提供依据。

教学重点：消费者市场的特点和分类、消费者的需要及其购买行为模式、消费者购买决策过程

教学难点：消费者购买决策过程

### 第六章 组织市场和购买行为分析

#### 第一节 组织市场的类型和特点

#### 第二节 生产者市场和购买行为分析

#### 第三节 中间商市场和购买行为分析

#### 第四节 非营利组织市场、政府市场和购买行为分析

教学目标与要求：了解组织市场的含义和基本特征；掌握生产者购买决策的参与者、影响因素和过程；分析中间商市场、非营利组织市场和政府市场的购买行为。

教学重点：组织市场的含义和基本特征、生产者购买决策的参与者、影响因素和过程

教学难点：生产者购买决策的参与者、影响因素和过程

第七章 市场营销调研与预测（市场营销 工商管理专业下学期有专门开设市场调查与市场预测课程，自学。物流管理、物流管理（国际）用3个课时学习）

#### 一、市场营销信息系统

#### 二、市场营销调研

#### 三、市场需求的测量与预测

教学目标与要求：了解市场营销信息系统的含义；掌握市场调研的步骤和方法；能运用相关知识设计问卷进行调研；了解调研报告的撰写方法和报告。

教学重点：掌握市场调研的步骤和方法；能运用相关知识设计问卷进行调研；

教学难点：掌握市场调研的步骤和方法

### 第八章 目标市场营销战略

#### 第一节、市场细分战略

#### 第二节、市场选择战略

#### 第三节、市场定位战略

教学目标与要求：了解市场细分的原理和方法，为选择目标市场奠定基础；掌握市场选择战略及其条件，正确选择目标市场；学习市场定位的方式、步骤和策略，寻

找恰当的市场位置。

教学重点：市场细分的原理和方法、市场定位的方式、步骤和策略

教学难点：市场细分的原理和方法

## 第九章 竞争性市场营销战略

### 第一节 竞争者分析

### 第二节 市场领导者战略

### 第三节 市场挑战者战略

### 第四节 市场追随者与市场利基者战略

教学目标与要求：了解谁是竞争者，如何识别竞争者；了解和掌握市场主导者的战略；

了解和掌握市场挑战者的战略；了解和掌握市场追随者与市场利基者战略。

教学重点：竞争者的识别、不同市场地位竞争者的营销战略

教学难点：不同市场地位竞争者的营销战略

## 第十章 产品策略

### 第一节 产品及产品分类

### 第二节 产品组合

### 第三节 产品生命周期

### 第四节 包装策略

### 第五节 新产品开发

教学目标与要求：掌握产品和产品整体概念；掌握产品分类及产品组合的概念；了解产品组合策略；掌握产品生命周期的理论；了解包装策略；了解新产品开发的理论。

教学重点：产品和产品整体概念、产品组合概念、产品生命周期理论

教学难点：产品生命周期理论

## 第十一章 品牌策略

### 第一节 品牌的基本概念

### 第二节 品牌资产

### 第三节 品牌运营策略

教学目标与要求：了解品牌的含义、作用及功能；了解品牌资产的构成和特征；掌握品牌运营策略；

教学重点：品牌的含义、作用及功能、品牌运营策略；

教学难点：品牌运营策略；

## 第十二章 定价策略

### 第一节 影响定价的因素

### 第二节 定价的一般方法

### 第三节 定价策略

### 第四节 价格变动与调整

教学目标与要求：了解影响定价的因素；掌握定价的一般方法；熟悉定价的基本策略；熟悉价格变动与调整。

教学重点：影响定价的因素、定价的一般方法

教学难点：定价的一般方法

## 第十三章 分销策略

### 第一节 分销渠道的职能与结构

### 第二节 分销渠道策略

### 第三节 批发商和零售商

### 第四节 物流策略

教学目标与要求：了解分销渠道的含义、职能与结构；掌握影响分销渠道设计的因素与渠道管理；熟悉批发商和零售商及其功能；认识物流及物流策略。

教学重点：分销渠道的含义、职能与结构、影响分销渠道设计的因素与渠道管理

教学难点：影响分销渠道设计的因素与渠道管理

## 第十四章 促销策略

### 第一节 促销与促销组合

### 第二节 人员推销策略

### 第三节 广告策略

### 第四节 公共关系策略

### 第五节 营业推广策略

教学目标与要求：了解促销的含义、作用以及促销组合的基本内容；掌握人员推销的基本策略和广告的设计原则；掌握公共关系和营业推广的主要活动方式；运用促销组合理论分析企业在促销实践中存在的问题。

教学重点：促销的含义、作用以及促销组合的基本内容、运用促销组合理论分析企业在促销实践中存在的问题

教学难点：运用促销组合理论分析企业在促销实践中存在的问题

## 第十五章 市场营销组织、计划与控制

第一节 市场营销组织

第二节 市场营销计划

第三节 市场营销控制

第四节 市场营销审计

教学目标与要求：了解市场营销组织的主要类型及设置原则；了解市场营销计划的形式和内容；掌握市场营销控制方法和市场营销审计内容。

教学重点：市场营销组织的主要类型及设置原则

教学难点：了解市场营销组织的主要类型及设置原则；

### （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场营销与市场营销学	3			
2	第二章 市场营销管理哲学及其贯彻	3			
3	第三章 规划企业战略与市场营销管理	3			
4	第四章 市场营销环境	3			
5	第五章 消费者市场和购买行为分析	3			
6	第六章 组织市场和购买行为分析	3			
7	第七章 市场营销调研与预测	0(市场营销工商管理)/3(物流管理 物流管理(国际))			
8	第八章 目标市场营销战略	3			
9	第九章 竞争性市场营销战略	3			
10	第十章 产品策略	6(市场营销工商管理)/3(物流管理 物流管理(国际))			
11	第十一章 品牌与包装策略	3			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
12	第十二章 定价策略	3			
13	第十三章 分销策略	3			
14	第十四章 促销策略	6			
15	第十五章 市场营销组织、计划与控制	3			
合计		48			
		48			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

市场营销、工商管理专业考核方式为考试。最终成绩为平时成绩 30%，期末考试成绩 70%。平时成绩由平时作业、讨论、案例分析的成绩和考勤所构成。

物流管理、物流管理（国际）考核方式为考查。最终成绩为平时成绩 60%，期末考查成绩 40%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学 微观经济学

后续课程和教学环节：市场调查及市场预测 营销渠道管理

平行开设课程和教学环节：宏观经济学

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

吴建安. 市场营销学(第五版). 高等教育出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 菲利普 科特勒著,梅汝,梅清豪,周安柱译. 营销管理(第十版). 中国人民大学出版社.

2. 吴晓云. 市场营销管理教程(第二版). 天津大学出版社.

3. 王方华. 市场营销学. 复旦大学出版社(第二版).

4. 吕一林等. 现代市场营销学(第四版). 清华大学出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《应用统计》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Applied Statistics

课程代码: BU241011 /BU241Z01/BU251011

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、物流管理（国际）、人力资源管理、社会与劳动保障、工商管理（专转本）、市场营销（专转本）

## 二、教学目标与要求

本课程属管理专业主要专业必修课之一，其任务是通过本课程的系统学习，使学生初步具有应用定量的统计模型及科学的统计分析方法进行现代化管理和决策的能力。

本课程要求学生在了解统计学学科全貌的基础上重点掌握经济管理中常用的基本的统计原理和方法，如方差分析、相关与回归分析、时间序列分析和统计指数等，熟悉它们的统计计算方法和公式，并能正确解释计算结果。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 绪论

第一节 统计数据与统计学

第二节 统计学的发生与发展

第三节 统计学的分科

第四节 统计学的基本概念

基本要求: 掌握统计学的内涵和外延，了解统计学的发生与发展，掌握统计学的基本概念与学习方法。

#### 第二章 统计数据的描述

第一节 数据的计量尺度

- 第二节 统计数据的来源
- 第三节 统计数据的质量
- 第四节 统计数据的整理
- 第五节 分布集中趋势的测度
- 第六节 分布离散程度的测度
- 第七节 分布偏态与峰度的测度
- 第八节 茎叶图与箱线图
- 第九节 统计表与统计图

基本要求：掌握数据的计量与类型，了解统计数据的收集与整理的方法、内容及程序。掌握数据分布特征的各种集中分布趋势测度、离散趋势测度、偏态与峰度测度，熟悉常见的各类统计表与统计图。

### 第三章 抽样与抽样估计

- 第一节 抽样的基本概念
- 第二节 抽样分布
- 第三节 中心极限定理的应用

基本要求：了解抽样分布的概念，重点掌握 $\chi^2$ 分布、 $t$ 分布和 $F$ 分布及点估计和区间估计的基本方法，了解抽样的组织方式。

### 第四章 参数估计

- 第一节 参数估计的一般问题
- 第二节 一个总体参数的区间估计
- 第三节 样本容量确定

基本要求：了解参数估计的基本方法；掌握一个总体参数的估计，如总体均值的估计、总体比率的估计、总体方差的估计；了解参数估计中样本容量的确定问题。

### 第五章 假设检验

- 第一节 假设检验的基本问题
- 第二节 一个总体参数的检验
- 第三节 两个总体参数的检验

基本要求：了解假设检验的内容和原理，掌握一个总体参数和两个总体参数检验的操作步骤和方法。

### 第六章 方差分析

### 第一节 方差分析原理

### 第二节 单因素方差分析

### 第三节 双因素方差分析

基本要求：了解方差分析的内容和原理，掌握单因素方差分析和双因素方差分析的操作步骤和方法。

## 第七章 相关与回归分析

### 第一节 相关与回归的基本概念

### 第二节 简单线性相关与回归分析

### 第三节 多元线性相关与回归分析

基本要求：了解线性回归模型的原理与基本理论假设，掌握一元与多元线性回归模型的估计、检验、评价和预测应用，掌握相关系数及有关分析。

## 第八章 时间序列分析

### 第一节 时间序列的对比分析

### 第二节 时间序列及其构成因素

### 第二节 时间序列趋势变动分析

### 第三节 季节变动分析

### 第四节 循环变动分析

基本要求：熟悉时间序列的相关基本概念，了解时间序列的乘法模型和加法模型，掌握时间序列长期趋势、季节变动、循环波动和不规则波动的测定技术和分析方法。

## 第九章 统计指数

### 第一节 指数概念

### 第二节 总指数的编制方法

### 第三节 指数体系与总量变动的因素分析

### 第四节 几种常用的经济指数

基本要求：了解指数的概念与分类，掌握常用的拉氏指数和帕氏指数等加权总指数的编制方法及指数体系的因素分析方法，了解工业生产指数、消费者价格指数、零售物价指数、股票价格指数等几种常用的经济指数。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 统计学绪论	2			
2	第二章 统计数据的描述	4		2	
3	第三章 抽样与抽样估计	4		2	
4	第四章 参数估计	2		2	
5	第五章 假设检验	4		2	
6	第六章 方差分析	4		2	
7	第七章 相关与回归分析	4		2	
8	第八章 时间序列分析	4		2	
9	第九章 统计指数	4		2	
合计		32		16	
		48			

## (三) 实验、上机相关内容

### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	统计数据的描述	2		
2	统计数据分布特征	2		
3	抽样与抽样估计	2		
4	假设检验	2		
5	方差分析	2		
6	相关与回归分析	2		
7	时间序列分析	2		
8	统计指数	2		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为卷面考试，平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：线性代数 B、概率论与数理统计 C

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

袁卫, 庞皓, 曾五一, 贾俊平. 统计学 (第三版). 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 郑德如. 统计学. 立信会计出版社.
2. 贾俊平等. 统计学. 中国人民大学出版社.
3. 栗方忠. 统计学原理. 东北财经大学出版社.
4. 孙允午. 统计学习题集. 上海财经大学出版社.

制订人：范克危

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《市场调查及市场预测》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Market Investigating and Forecasting

课程代码: BU241012/ BU242Z12

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、市场营销（专转本）

## 二、教学目标与要求

市场调查及市场预测是一门实践性、应用性很强的课程，它以我国社会主义市场经济条件下的市场为客体，以工商企业为主体，研究与阐述市场调查及市场预测的基本原理和方法。通过该课程的学习，学生应该掌握市场调查及市场预测的一般理论和方法，包括市场调查及市场预测在营销管理中的地位和作用、国内外市场调查行业的发展历史及现状、市场调查方案的设计、市场调查的方法、抽样与问卷设计、调查实施及数据整理、定性和定量数据的整理与分析、市场预测的方法、市场调查报告的撰写与汇报等。通过本课程的学习，要求学生掌握市场调查及市场预测的流程和方法，能完成企业常见的市场调查及市场预测项目。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 市场调查及市场预测概述

##### 第一节 管理与决策

##### 第二节 信息及其功能

##### 第三节 市场调查与预测的地位与作用

##### 第四节 市场调查与预测机构和就业机会

教学目标及要求:

- 1、掌握管理的职能、管理与决策的关系
- 2、认识营销信息对于营销决策的重要性
- 3、了解市场营销调查行业的发展历史与现状

教学重点：管理的职能、管理与决策的关系、营销信息对于营销决策的重要性、市场调查行业发展的现状

教学难点：：管理的职能、市场销调查行业发展的现状

## 第二章 市场调查与预测的类型与方案策划

第一节 市场调查与预测的内容

第二节 市场调查与预测的类型

第三节 调查结果中可能出现的误差及其处理

第四节 市场调查与预测的程序

第五节 市场调查与预测的方案策划

教学目标及要求：

1、掌握市场调查与预测的类型

2、了解市场调查与预测的程序、市场调查与预测的方案策划

教学重点：市场调查与预测的类型、市场调查与预测的方案策划

教学难点：市场调查与预测的方案策划

## 第三章 市场调查方法

第一节 二手数据的收集方法

第二节 观察调查法

第三节 询问调查法

第四节 实验调查法

教学目标及要求：

1、掌握二手数据的来源和二手数据调查的方法

2、掌握观察法的基本原则和要求

3、掌握询问调查法的方法

4、了解实验调查法

教学重点：

二手数据的来源和二手数据调查的方法、询问调查法的方法、观察法的基本原则和要求

教学难点：

二手数据调查的方法、询问调查法的方法

## 第四章 问卷与测量方法

第一节 测量与测量工具

第二节 问卷与问卷设计

### 第三节 态度量表

### 第四节 深度询问和投影法

教学目标及要求：

- 1、了解测量的含义
- 2、能根据调查要求，设计问卷
- 3、掌握态度量表的设计方法
- 4、了解深度询问法和投影法的含义

教学重点：

调查问卷的设计、态度量表的设计、深度询问法

教学难点：

调查问卷的设计、态度量表的设计

## 第五章 抽样方法与设计

### 第一节 普查与抽样调查

### 第二节 抽样程序

### 第三节 常用的抽样方法

### 第四节 样本容量的确定

教学目标及要求：

- 1、了解普查与抽样调查的相对优劣
- 2、掌握样本容量的计算方法、抽样误差的计算方法
- 3、设计简单实用的抽样方案

教学重点：

常用的抽样方法、样本容量的计算方法、抽样误差的计算方法

教学难点：

样本容量的计算方法、抽样误差的计算方法

## 第六章 调查实施与数据整理

### 第一节 调查实施

### 第二节 数据整理

### 第三节 应用 EXCEL 软件输入问卷、分析数据

### 第四节 应用 SPSS 软件输入问卷、分析数据

教学目标及要求：

- 1、调查的实施和数据整理方法
- 2、掌握应用 EXCEL 软件输入问卷、分析数据

### 3、了解应用 SPSS 软件输入问卷、分析数据

教学重点：

应用 EXCEL 软件输入问卷、分析数据；应用 SPSS 软件输入问卷、分析数据

教学难点：

应用 EXCEL 软件输入问卷、分析数据；应用 SPSS 软件输入问卷、分析数据

## 第七章 数据分析

### 第一节 数据分析技巧概述

第二节 单变量数据分析，包括描述性分析和推断性分析

第三节 双变量数据分析，包括简单相关分析、简单回归分析、方差分析

第四节 多变量数据分析，包括多元相关分析、多元回归分析、因子分析

教学目标及要求：

1、了解数据分析技巧

2、掌握单变量数据分析方法，包括描述性分析和推断性分析

3、掌握双变量数据分析方法，包括简单相关分析、简单回归分析、方差分析

4、掌握多变量数据分析方法，包括多元相关分析、多元回归分析、因子分析

教学重点：

单变量数据分析方法、双变量数据分析方法、多变量数据分析方法

教学难点：

单变量数据分析方法、双变量数据分析方法、多变量数据分析方法

## 第八章 市场预测方法

### 第一节 市场预测概述

第二节 定性预测法，包括个人直观判断法、集体经验判断法、专家判断法

第三节 时间序列预测法，包括简易平均法、移动平均法、指数平滑法、趋势外推预测法、季节趋势预测法

第四节 因果关系分析预测法，包括回归分析预测法、基数迭加法、比例推算法、投入产出分析预测法

教学目标及要求：

1、了解市场预测的程序和类型

2、掌握定性预测的方法

3、掌握时间序列预测法

4、因果关系分析预测法

教学重点：

定性预测法、时间序列预测法、因果关系分析预测法

教学难点：

定性预测法、时间序列预测法、因果关系分析预测法

## 第九章 报告的编写与陈述

第一节 报告的内容构成

第二节 编写报告应注意的问题

第三节 报告中常用的几种统计图

第四节 报告的陈述与演示

教学目标及要求：

- 1、了解市场报告的内容构成和写作格式
- 2、清楚编写报告应注意的问题
- 3、掌握报告中常用的几种统计图
- 4、能制作 PPT 演示稿

教学重点：

报告中常用的几种统计图、报告的陈述与演示

教学难点：

报告中常用的几种统计图

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场调查及市场预测概述	3			
2	第二章 市场调查与预测的类型与方案策划	6			
3	第三章 市场调查方法	9			
4	第四章 问卷与测量方法	6			
5	第五章 抽样方法与设计	6			
6	第六章 调查实施与数据整理	3			
7	第七章 数据分析	6			
8	第八章 市场预测方法	6			
9	第九章 报告的编写与陈述	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

工商管理、市场营销考核方式为考试。最终成绩为平时成绩 50%，期末成绩 50%。  
平时成绩由多次作业成绩和考勤成绩组成。

市场营销（专转本）考核方式为考查。最终成绩为平时成绩 60%，期末成绩 40%。  
平时成绩由多次作业成绩和考勤成绩组成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学 市场营销学

后续课程和教学环节：客户关系管理

平行开设课程和教学环节：应用统计

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

庄贵军. 市场调查与预测（第二版）. 北京大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 柯惠新, 丁立宏. 市场调查. 高等教育出版社.
2. 魏炳麒. 市场调查与预测（第三版）. 东北财经大学出版社.
3. 刘玉洁. 市场调研与预测（第二版）. 大连理工大学出版社.
4. 陈启杰. 市场调查技术. 高等教育出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《电子商务 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Electronic Commence

课程代码: BU241013/ BU251013

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、物流管理（国际）

## 二、教学目标与要求

通过学习,使学生正确理解电子商务概念和基本知识,掌握电子商务的运作模式和电子商务涉及的诸多技术,熟悉电子商务与其它领域(如市场营销、工商管理等)的关系,为后续课程和实际应用打下基础。

通过课程学习,要求学生掌握电子商务的相关概念及其发展趋势,掌握电子商务的特点、方法和手段,了解信息技术在电子商务中的应用。掌握计算机网络技术的有关概念及其应用,和进行电子商务活动的基本技能。从理论上让学生了解电子商务的工作原理,以及它对消费者、企业、市场和整个社会的影响;其次,从技术应用角度掌握电子商务系统是如何利用信息技术实现的;从企业管理角度让学生知道电子商务应用中的安全管理和不同电子商务模式的交易与实施管理;从应用角度让学生掌握电子商务如何结合企业类型进行应用的,以及如何在网上拓展商机,以及为企业进行电子商务的策划。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第 1 章 电子商务基本知识

- 1.1 电子商务研究的目的、内容和方
- 1.2 电子商务的产生与发展
- 1.3 电子商务的概念定义
- 1.4 电子商务的分类与特征
- 1.5 电子商务环境基本要求: 通过学习,要求学生掌握电子商务的基本概念及应

用，掌握电子商务的产生及发展，了解电子商务的分类、电子商务的系统及其与企业竞争的优势和电子商务环境等。

## 第2章 电子商务框架体系

### 2.1 电子商务框架

### 2.2 电子商务模式

### 2.3 电子商务流程

基本要求：掌握电子商务系统的有关概念，了解电子商务系统的组成、结构及功能，了解电子商务环境及电子商务系统的基本机理。了解企业开展电子商务有哪些优势和好处，以及电子商务对企业经营管理的影响，掌握企业电子商务实施策略的原则和方法。

## 第3章 电子商务经济学基础

### 3.1 电子商务的传统经济学视角

### 3.2 电子商务的信息经济学视角

### 3.3 电子商务的网络经济学视角

基本要求：了解电子商务经济学有哪些优势和好处，以及电子商务对企业经营管理的影响，掌握企业电子商务实施策略的原则和方法。

## 第4章 电子商务法律制度

### 4.1 电子商务法概述

### 4.2 国际组织电子商务立法

### 4.3 外国的电子商务立法

### 4.4 中国的电子商务立法

### 4.5 电子商务法律体系及内容

基本要求：了解电子商务法律的基本知识。

## 第5章 电子商务组织与管理

### 5.1 电子商务组织

### 5.2 电子商务管理

### 5.3 电子商务运营

### 5.4 电子商务与SCM、ERP、BPR、CRM

### 5.5 电子商务项目管理

## 第6章 电子商务链分析

### 6.1 电子商务链概念

### 6.2 电子商务链流程

### 6.3 电子商务链内容

### 6.4 电子商务链应用

### 6.5 电子商务链案例

基本要求：结合第 5、6 章、了解企业电子商务的法律环境，交易、安全、知识产权等；掌握电子商务的经济环境和市场环境，如税收政策、货币政策和网上产业市场发展与购买行为等。掌握电子商务的技术基础，包括信息技术、Internet 知识，掌握电子商务网站建设的方法和流程，了解电子商务的支付系统、电子商务的物流系统及其电子商务面临的安全问题及对策等。

## 第 7 章 电子商务网络平台技术

### 7.1 通信技术

### 7.2 网络技术

### 7.3 数据库技术

### 7.4 Web 技术

基本要求：基本掌握计算机技术、网络技术、数据库技术，掌握 Internet 的基础知识及网页制作设计，了解 Internet 的 IP 和域名，Internet 的应用等。要求学会电子商务网站的策划与设计。

## 第 8 章 电子商务安全技术

### 8.1 电子商务中安全要素及面临的安全问题

### 8.2 病毒及黑客防范技术

### 8.3 防火墙技术

### 8.4 加密算法

### 8.5 基于公开密钥体系的数字证书认证技术

### 8.6 安全套接层(SSL)协议

### 8.7 安全电子交易(SET)协议

### 8.8 Windows 系统中证书的应用

### 8.9 信息安全管理

基本要求：掌握电子商务技术应用的方法，了解网络平台技术以及电子商务中涉及的安全技术。

## 第 9 章 电子商务支付技术

### 9.1 电子支付系统概述

### 9.2 电子现金

### 9.3 信用卡

#### 9.4 电子支票

#### 9.5 智能卡与电子钱包

基本要求：基本要求：了解电子商务的支付系统、电子商务的物流系统及其电子商务面临的安全问题及对策等。

### 第10章 电子商务中的物流技术

#### 10.1 电子商务物流技术简介

#### 10.2 物流信息系统

#### 10.3 条码技术

#### 10.4 GPS 技术

#### 10.5 GIS 技术

#### 10.6 RFID 技术

#### 10.7 SCM

#### 10.8 CRM

#### 10.9 JIT

10.10 其他物流技术基本要求：掌握物流的基本概念、电子商务物流的基本理论、方法和新型电子商务物流配送中心的使用，并掌握条形码，射频技术、全球定位系统等技术等。

### 第11章 商贸业电子商务

### 第12章 金融业电子商务

### 第14章 制造业电子商务应用

### 第15章 电子商务行业应用

基本要求：掌握销电子商务技术应用的方法，学会针对不同行业建立网上商店，进行网络拍卖，了解不同行业电子商务系统构建和实现，了解其基本原理和策略。

### 第16章 移动电子商务

#### 16.1 移动电子商务的概念与特点

#### 16.2 移动电子商务的技术实现

#### 16.3 移动电子商务的商务模式

#### 16.4 移动电子商务的应用

#### 16.5 移动电子商务的发展

基本要求：掌握移动电子商务的基本知识，分析其应用及发展前景。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	电子商务基本知识	3			
2	电子商务框架体系	2	3		
3	电子商务经济学基础	2			
4	电子商务法律制度	2			
5	电子商务组织与管理	2	3		
6	电子商务链分析	2	3		
7	电子商务网络平台技术	3	3		
8	电子商务安全技术	3	3		
9	电子商务支付技术	2	3		
10	电子商务中的物流技术	3			
11	电子商务行业应用（商贸、金融、制造等）	4			
12	移动电子商务	2			
合计		30	18		
		48			

## (三) 实验、上机相关内容

### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU25101301	电子商务知识实验	3	必修	验证型	1	要求学生商务信息采集、发布及信用卡电子钱包使用
BU25101302	电子商务技能实验	9	必修	综合型	1	B2C 平台信用卡支付、电子钱包购物、C2C 平台商品拍卖
BU25101303	电子商务后台实验	6	必修	设计型	1	B2B 平台后台实验、电子合同 CA 身份认证、电子合同的签订、网上单证格式和流程设计、撰写市场调研报告

开放性课程实验： 是  否

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

教学方法以课堂讲授为主，辅以实验教学、课堂讨论和课外作业、实践活动等。本课程属考试课，实验成绩依据实验报告及实验进程考核，期末考核方式为闭卷，其中实验成绩 30%，期末考试成绩 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、微观经济学、宏观经济学

后续课程和教学环节： 国际贸易理论与实务、管理信息系统

平行开设课程和教学环节：应用统计、创业管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材：

李琪. 电子商务概论. 高等教育出版社出版.

### （二）主要参考书目：

1. 祁明. 电子商务实用教程. 高等教育出版社.
2. 宋文官. 电子商务实用教程. 高等教育出版社.
3. 章剑林. 电子商务概论. 浙江大学出版社.

制订人：杨传明

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《管理信息系统》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Management Information System

课程代码: BU241014/ BU251014/ BU241Z07

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、金融工程、人力资源管理、劳动与社会保障、工商管理（专转本）、市场营销（专转本）、物流管理（国际）

## 二、教学目标与要求

管理信息系统（Management Information Systems，简称 MIS）课程是管理类专业学生必修的一门重要学科基础课，是为了满足管理人才进行计算机信息管理的需要而设置的。

通过本课程的学习，使学生掌握管理信息系统的基本概念和基本理论，初步掌握管理信息系统的分析、设计、实施和评价的方法，懂得人的因素、社会因素在实现和发展管理信息系统中的重要作用。

管理信息系统具有很强的实践性，理论与实践紧密结合是学好本课程的关键。

管理信息系统课程的基本要求：

- 1、掌握信息及管理信息系统的基本概念、定义与作用；
- 2、掌握用计算机对管理数据进行组织、存储、处理和使用的知识及技能；
- 3、初步具备定义信息需求、进行系统设计和系统实施的能力；
- 4、了解相关管理领域的信息系统应用状况，做到理论联系实际。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 信息系统和管理

##### 第一节 信息系统的概念

##### 第二节 信息系统与决策支持

##### 第三节 管理信息系统的发展

基本要求：通过对信息、信息系统、决策等概念的学习，要求深刻领会信息系统在实现管理现代化中的重要作用。

## 第二章 管理信息系统概论

### 第一节 管理信息系统的概念

### 第二节 管理信息系统与环境

### 第三节 管理信息系统的分类

基本要求：通过学习 MIS 的定义、特点、发展过程和结构，要求领会 MIS 是有效管理和正确决策的重要工具；了解管理信息系统应用的各种影响因素以及管理信息系统的分类。

## 第三章 MIS 的技术基础

### 第一节 数据库技术

### 第二节 计算机网络

基本要求：掌握有关数据库技术的基本概念，包括概念模型、数据模型及其规范化理论，了解计算机网络的分类及主要应用结构，为 MIS 的进一步学习打下基础。

## 第四章 管理信息系统的战略规划和开发方法

### 第一节 战略规划的概念

### 第二节 企业流程重组

### 第三节 开发管理信息系统的方法

基本要求：了解管理信息系统战略规划的作用和内容，了解 BSP 法。掌握常用开发方法的特点和适用条件，重点掌握结构化系统开发方法和原型法。了解企业流程重组的概念。

## 第五章 管理信息系统的系统分析

### 第一节 可行性分析及详细调查

### 第二节 管理业务调查

### 第三节 数据流程调查

### 第四节 数据字典

### 第五节 处理逻辑

### 第六节 系统化分析

### 第七节 新系统逻辑方案

基本要求：初步掌握管理信息系统分析的原理和方法。掌握系统调查的方法；学会绘制数据流程图的方法；掌握数据字典和处理逻辑工具的应用。

## 第六章 管理信息系统的系统设计

## 第一节 系统设计的任务

## 第二节 代码设计

## 第三节 功能结构图设计

## 第四节 信息系统流程图设计

## 第五节 系统物理配置方案设计

## 第六节 输出设计

## 第七节 输入设计

## 第八节 数据存储设计

基本要求：掌握系统设计的任务、要求和工作内容；掌握代码设计的原则和方法；掌握数据存储设计、输入输出设计的方法。

## 第七章 管理信息系统的系统实施

### 第一节 物理系统实施

### 第二节 程序设计

### 第三节 软件开发工具

### 第四节 程序和系统调试

### 第五节 系统切换

基本要求：掌握系统实施各环节的工作内容；掌握程序设计的方法；了解系统调试的目的和方法；了解常用软件开发工具的种类和用途。

## 第八章 信息系统的管理

### 第一节 项目管理

### 第二节 信息系统的运行管理

### 第三节 信息系统的评价

基本要求：掌握信息系统开发的项目管理及其评价的方法和内容。

## 第九章 决策支持系统与商务智能

### 第一节 决策支持系统的概念

### 第二节 决策支持系统的组成

### 第三节 商务智能

基本要求：掌握决策支持系统的概念和组成，初步掌握智能决策支持系统和群体决策支持系统的特征及工作原理，了解商务智能的含义及应用状况。

## 第十章 电子政务

### 第一节 电子政务的概念

### 第二节 电子政务的基本模式与功能

### 第三节 电子政务的结构

基本要求：了解电子政务的基本概念、基本模式以及我国电子政务的应用状况。

## 第十一章 管理应用系统介绍

### 第一节 制造资源计划 MRP II

### 第二节 企业资源计划 ERP

### 第三节 供应链管理 SCM

### 第四节 客户关系管理 CRM

基本要求：掌握 MRP II 的基本原理，掌握企业资源计划（ERP）的基本概念和特征；了解 SCM 和 CRM 的基本概念和基本思想。

### （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	信息系统和管理	2			
2	管理信息系统概论	2	3		
3	MIS 的技术基础	2			
4	管理信息系统的战略规划和开发方法	2			
5	管理信息系统的系统分析	4	3		
6	管理信息系统的系统设计	4	3		
7	管理信息系统的系统实施	4	6		
8	信息系统的管理	2			
9	决策支持系统与商务智能	2	3		
10	电子政务	2			
11	管理应用系统介绍	4			
合计		30	18		
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU24101401	管理信息系统演示	3	必修	验证	1	通过管理软件操作,了解管理信息系统是如何将信息技术与企业管理相结合,阐述系统的功能和结构,并要求从管理和技术两个方面对系统进行初步评价。
BU24101402	系统分析	3	必修	综合	1	掌握系统分析的主要内容和方法。分析用户需求、绘制数据流程图、编写数据字典。
BU24101403	系统设计	3	必修	设计	1	掌握系统设计阶段的主要任务。掌握功能结构图、数据库、代码、输入输出设计的方法。完成系统设计方案。
BU24101404	系统实施	6	必修	设计	1	根据系统设计方案,针对某个功能模块完成编程与调试。
BU24101405	决策支持系统模拟	3	必修	验证	5	掌握决策支持系统的基本原理及应用,完成决策活动的模拟。

开放性课程实验: 是 否

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课,考核方式为开卷;

总评成绩有三部分构成:出勤与课堂参与 10%、实验 30%、期末考试 60%;

实验成绩由每次实验报告成绩取平均分。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节:大学计算机基础、程序设计语言(VFP)

后续课程和教学环节:企业资源计划

平行开设课程和教学环节:无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

黄梯云. 管理信息系统 (第五版). 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. (美) 劳顿著. 管理信息系统 (第九版) 薛华成编译. 高等教育出版社.
2. (美) 莉萨米勒著. 管理信息系统案例—应用软件辅助决策. 西安交通大学出版社.
3. 邵丽萍. 信息系统开发实践实验教程. 电子工业出版社.
4. 李一军. 管理信息系统案例集. 高等教育出版社.

制订人：余晓红

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《运筹学 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Operational Research

课程代码: BU241015/ BU251015

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

本课程属工商管理专业和物流管理专业主要专业必修课之一,其任务是通过本课程的系统学习,培养学生树立科学地分析、解决实际管理问题的意识和方法,熟悉和掌握现代管理的量化技术,能就工商管理或物流管理系统中的人力、物力、财力等资源进行统筹安排,建立并计算相应的数学模型,为决策者提供有依据的最优方案,以实现最有效的管理。

本课程要求学生在了解运筹学学科全貌的基础上重点掌握线性规划、整数规划、动态规划、图与网络及排序与统筹方法等模型,熟悉上述模型的单纯形法、对偶单纯形法、表上作业法、分枝定界法、最优化原理与基本方程、Dijkstra 算法、标号算法等计算方法,并能正确解释计算结果,初步具有应用定量优化方法进行现代化管理和决策的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 绪论

##### 第一节 运筹学的历史

##### 第二节 运筹学的研究对象和主要内容

##### 第三节 本课程的特点及学习方法

基本要求: 了解运筹学的历史、运筹学的研究对象和主要内容,掌握运筹学的基本概念与学习方法。

## 第二章 线性规划的数学模型

### 第一节 引言

### 第二节 引例

### 第三节 线性规划问题的数学模型

基本要求：掌握线性规划的数学模型，掌握建立常见的线性规划问题的数学模型的方法与技巧。

## 第三章 线性规划问题解的性质

### 第一节 LP 问题的标准型

### 第二节 LP 问题的解

### 第三节 LP 问题的几何解法

### 第四节 LP 问题解的性质及几何意义

基本要求：掌握线性规划问题解的性质，了解 LP 问题的标准型，掌握 LP 问题的几何解法。

## 第四章 单纯形方法

### 第一节 引例

### 第二节 单纯形算法

### 第三节 求初始的基本可行解

基本要求：掌握单纯形方法的基本理论和概念，掌握单纯形算法及处理人工变量的大 M 法及两阶段法。

## 第五章 对偶线性规划问题

### 第一节 对偶 LP 问题的建立

### 第二节 对偶 LP 问题的基本性质

### 第三节 对偶 LP 问题的经济意义——影子价格

### 第四节 对偶单纯形法

基本要求：掌握对偶线性规划问题的基本概念，了解对偶 LP 问题的基本性质及经济意义，掌握对偶单纯形法。

## 第五章 运输问题

### 第一节 运输问题的数学模型

### 第二节 表上作业法

### 第三节 产销不平衡的运输问题及其求解方法

基本要求：掌握运输问题的数学模型的特点，掌握表上作业法，了解产销不平衡的运输问题及其求解方法。

## 第七章 整数规划

### 第一节 IP 问题的提出

### 第二节 分枝定界法

基本要求：掌握整数规划的基本概念和数学模型，了解分枝定界法的基本思路。

## 第八章 图与网络

### 第一节 图的基本概念

### 第二节 欧拉图与中国邮路问题

### 第三节 最短通路问题

### 第四节 最小树问题

### 第五节 网络最大流问题

基本要求：掌握图的基本概念，了解欧拉图与中国邮路问题。掌握奇偶点图上作业法、Dijkstra 算法、标号算法。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 绪论	2			
2	第二章 线性规划的数学模型	6		4	
3	第三章 线性规划问题解的性质	4		2	
4	第四章 单纯形方法	4		2	
5	第五章 对偶线性规划问题	4		2	
6	第六章 运输问题	4		2	
7	第七章 整数规划	4		2	
8	第八章 图与网络	4		2	
合计		32		16	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	“管理运筹学”软件 2.5 版基本情况	2		
2	线性规划的计算机求解	2		
3	线性规划实际问题上机	2		
4	运输问题应用上机	2		
5	大作业上机 1	2		
6	大作业上机 2	2		
7	大作业上机 3	2		
8	大作业上机 4	2		

### 四、相关说明

#### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为卷面考试，平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

#### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学、线性代数、概率论与数理统计

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

### 五、教材和主要参考书目

#### (一) 教材

韩伯棠. 管理运筹学（第三版）. 高等教育出版社.

#### (二) 主要参考书目

1. 钱颂迪. 运筹学（修订版）. 清华大学出版社.
2. 魏权龄, 胡显佑, 黄志民. 运筹学简明教程. 中国人民大学出版社.
3. 李书波, 玄兆甲. 建筑业实用运筹学. 黑龙江科学技术出版社.
4. 崔国森. 运筹学. 中国统计出版社.

制订人：范克危

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《客户关系管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Customer Relationship Management

课程代码: BU241018

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销

## 二、教学目标与要求

客户关系管理是工商管理专业的一门核心必修课。它的研究对象是以客户关系为导向的企业经营管理中客户、企业、产品的相互关系和发展、变化的规律, 以及在企业经营中客户关系管理原理与方法的具体应用。

它以客户管理理念和实践的产生、发展过程为基础, 从观念、技术和制度三个角度阐明客户关系管理的基本问题; 并进一步阐明企业从客户关系管理规划与方案到实施和监控的整个客户关系评估、培养与维持的活动过程。

在教学方式上, 注重案例教学, 培养学生形成正确的思维方式和动手能力, 激发学生从事客户关系学习和研究的兴趣。通过本课程的学习, 培养学生了解和掌握客户关系管理学科的基本理论, 了解和掌握客户关系管理过程中各要素之间的相互关系, 为分析、从事客户关系管理行业打下坚实的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

该课程主要内容包括客户关系管理绪论、客户关系管理理论基础、客户满意与客户忠诚、客户生命周期、顾客生命价值理论、客户互动、客户关系管理系统介绍与分类、CRM 实施、CRM 中的数据挖掘以及客户关系管理软件系统。重点是客户关系管理的理念、策略与管理, 难点是客户关系管理与市场营销活动之间的异同区分。

### 第一章 客户关系管理绪论

**【重点难点】** 重点是掌握这门课程的篇章结构以及计分考试、授课方式。难点是对于本门课程各部分内容之间的关系。

**【教学内容】**

第一节 为什么要学习这门课程

第二节 这门课程的体系和主要内容

第三节 授课方式和计分方式

第二章 客户关系管理理论基础

**【重点难点】** 重点是掌握什么是客户，什么是关系，什么是管理以及客户关系管理的概念。难点是能否掌握客户和关系的概念以及客户关系管理与一般市场营销的区别。

**【教学内容】**

第一节 什么是客户

第二节 什么是关系

第三节 什么是管理

第四节 客户关系管理的概念

第三章 客户满意与客户忠诚

**【重点难点】** 重点是客户满意和客户忠诚的概念以及内涵。难点是是否能真正应用该理论在实际问题中实施客户满意和客户忠诚设计。

**【教学内容】**

第一节 顾客满意

第二节 顾客忠诚

第三节 案例分析

第四章 顾客生命周期

**【重点难点】** 重点是客户生命周期的概念及内涵，难点是利用客户生命周期分析客户的行为。

**【教学内容】**

第一节 顾客生命周期

第二节 利用顾客生命周期分析顾客

第三节 案例分析

第五章 顾客生命价值理论

**【重点难点】** 重点是客户价值、客户终身价值、客户让渡价值的概念及内涵，难点是利用该理论在实际中能真正计算客户给企业带来的生命价值，以及企业能够给客户带来的价值。

**【教学内容】**

第一节 客户价值

第二节 客户终身价值

第三节 客户让渡价值理论

第四节 客户资产及其管理

第六章 客户互动

**【重点难点】** 重点是客户生命周期的概念及内涵，难点是利用客户生命周期分析客户的行为。

**【教学内容】**

第一节 客户信息的获取与整理

第二节 客户价值的分析与评价

第三节 区别对待不同客户

第七章 客户关系管理系统介绍与分类

**【重点难点】** 重点是理解 CRM 的系统结构以及 CRM 的软件系统。难点是掌握 CRM 的几个模块的功能以及应用。

**【教学内容】**

第一节 CRM 系统结构

第二节 CRM 软件系统

第三节 CRM 的几个模块

第四节 CRM 软件供应商

第八章 CRM 的实施

**【重点难点】** 重点是理解 CRM 的实施办法，以及选择合适的 CRM 系统。难点是掌握 CRM 的实施阶段。

**【教学内容】**

第一节 CRM 实施的办法

第二节 如何选择 CRM 系统

第三节 CRM 成败分析

第九章 CRM 中的数据挖掘

【重点难点】 重点是数据挖掘的基本定义和基本应用。难点是掌握 CRM 中数据挖掘的流程。

【教学内容】

第一节 数据挖掘的定义

第二节 数据挖掘的流程

第三节 数据挖掘的基本步骤

第十章 客户关系管理软件系统

【重点难点】 重点和难点都是能够掌握这个软件系统并且能从头到尾在软件系统中实现软件的具体应用。

【教学内容】

第一节 完善基础资料

第二节 供求信息发布

第三节 订单操作

第四节 客户服务

第五节 合作伙伴网络构建

第六节 决策分析

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 客户关系管理绪论	3			
2	第二章 客户关系管理理论基础	3			
3	第三章 客户满意与客户忠诚	6			
4	第四章 顾客生命周期	3			
5	第五章 顾客生命价值理论	6			
6	第六章 客户互动	3			
7	第七章 客户关系管理系统介绍与分类	3			
8	第八章 CRM 的实施	3			
9	第九章 CRM 中的数据挖掘	3			
10	第十章 客户关系管理软件系统			12	
13	复习与考察	3			
合计		36		12	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	第十章 客户关系管理软件系统 上机1 完善基础资料 供求信息发布	3		
2	第十章 客户关系管理软件系统 上机2 订单操作 客户服务	3		
3	第十章 客户关系管理软件系统 上机3 合作伙伴网络构建	3		
4	第十章 客户关系管理软件系统 上机4 决策分析	3		

### 四、相关说明

#### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，期末考核占总成绩的 70%，平时成绩由出勤率、课堂参与、上机等组成，占总成绩的 30%。

#### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

### 五、教材和主要参考书目

#### (一) 教材

汤兵勇主编. 客户关系管理（第三版）. 电子工业出版社.

#### (二) 主要参考书目

1. 苏朝晖. 客户关系管理—客户关系的建立与维护（第二版）.
2. 林建宗. 客户关系管理. 清华大学出版社.
3. 马刚. 客户关系管理. 南开大学出版社.
4. 张慧峰主编. 客户关系管理实务. 人民邮电出版社.

制订人：杨红燕

审核人：田雪莹

审定人：余晓红

# 《物流学 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics A

课程代码: BU241021/BU251021

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)、市场营销、工商管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程的任务和基本要求

本课程作为学科的导论,将精要而浅显地描述和介绍物流学科所涉领域基本的专业知识,使学生对该学科有整体上的初步认知和概括性了解,并导向入门,为后续课程铺垫专业知识基础,但又恰当地处理好与其他课程内容的衔接,将尽量避免同一内容多课重复问题;教学内容注重培养学生的应用技能,并具备一定的实际运用能力,便成为本课程的教学目的。

本课程的教学,要求学生掌握物流的基本理论、基本方法,特别是结合案例掌握物流概念、物流要素、物流系统和物流理念,初步了解物流环节与技术、物流网络工程、企业物流、城市物流、全球物流、特种货物物流、物流运作、网上物流与网下物流、生态物流、物流管理与社会责任的等基础技术知识,培养和提高学生基本的物流素养,以及运用这方面知识解决实际问题的能力。

### (二) 基本内容和要求

#### 第一章 绪论:什么是物流

##### 基本内容

- 1.1 物流是什么
- 1.2 物流要素
- 1.3 物流:一个复杂系统
- 1.4 发展中的理性认知:物流理念

##### 基本要求

掌握物流概念、物流要素、物流系统、物流理念等的基本知识,了解物流学科所

涉领域大跨度、广覆盖的主要内容。

## 第二章 物流环节与技术

### 基本内容

#### 2.1 包装及技术

#### 2.2 装卸、运输与储存技术

#### 2.3 流通加工、配送与信息处理技术

### 基本要求

掌握物流环节主要包括包装、装卸搬运、运输、储存、流通加工、配送和信息处理等各与物流的关系，了解这些环节的技术优势和基本操作技术。

## 第三章 物流网络工程

### 基本内容

#### 3.1 物流信息网络工程技术

#### 3.2 物联网与智能物流

#### 3.3 实物流网络工程

### 基本要求

掌握全球统一标识系统、地理信息系统、全球定位系统、智能交通系统、物联网、智能物流、物流结点、区域物流园区、配送中心等基础技术知识和相关的基本方法，并在这些方面具备一定的实际应用能力。

## 第四章 企业物流、城市物流与全球物流

### 基本内容

#### 4.1 企业物流：内部一体化物流

#### 4.2 城市物流与社区物流

#### 4.3 供应链一体化与全球物流

### 基本要求

掌握工业企业物流、农业企业物流、商贸物流，城市物流、社区物流，国际物流、全球物流等基础技术知识和相关的基本方法，并在这些方面具备一定的实际应用能力。

## 第五章 特种货物物流

### 基本内容

#### 5.1 冷链物流：生鲜食品物流与冷藏药品物流

#### 5.2 危险货物物流

#### 5.3 超限货物物流、应急物流与军事物流

## 5.4 贵重货物物流、活体动物物流与邮政物流

### 基本要求

掌握冷链物流、危险货物物流、超限货物物流、应急物流、军事物流、贵重货物物流、活体动物物流与邮政物流的基础技术知识和相关的基本概念，并在具备一定的实际应用能力。

## 第六章 生态物流

### 基本内容

#### 8.1 生态物流与物流生态系统

#### 8.2 逆向物流

#### 8.3 废弃物物流

### 基本要求

掌握生态物流、物流生态系统、逆向物流、再生资源物流、废弃物物流等概念及其基础技术知识和相关的基本方法，并在这些方面具备一定的实际应用能力。

## 第七章 物流外包与外包物流：物流运作

### 基本内容

#### 6.1 自营物流、物流外包与物流服务

#### 6.2 第三方物流

#### 6.3 第四方物流

#### 6.4 高端物流：现代物流新发展

### 基本要求

掌握自营物流、物流外包、物流服务、第三方物流、第四方物流、高端物流等的基本概念、基础技术知识，以及运作方法，并在这方面具备一定的实际应用能力。

## 第八章 电子商务：网上物流与网下物流

### 基本内容

#### 7.1 物流与电子商务

#### 7.2 网上物流：电子化物流解决方案

#### 7.3 网下物流：实体物流回归与运作

### 基本要求

掌握电子商务与物流的关系，以及网上物流、网下物流等概念及其基础技术知识和基本方法，并在这方面具备一定的实际应用能力。

## 第九章 物流管理与企业社会责任

### 基本内容

- 9.1 物流战略管理
- 9.2 物流流程管理及流程技术
- 9.3 物流质量管理与标准化
- 9.4 物流企业社会责任

#### 基本要求

掌握物流战略规划与管理、物流流程设计及流程图、物流标准化与质量管理、物流企业社会责任等基础技术知识和相关的基本方法，并在这些方面具备一定的实际应用能力。

### 三、教学内容及学时数分配

#### (一) 教学内容

绪论：什么是物流；物流环节与技术；物流网络工程；企业物流、城市物流与全球物流；特种货物物流；物流运作：物流外包与外包物流；电子商务物流；生态物流；物流方案策划与设计；物流管理与社会责任感。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其他
		讲课	实验	上机	
1	绪论：什么是物流	4			
2	物流环节与技术	4			部分自学
3	物流网络工程	4			部分自学
4	企业物流、城市物流与全球物流	6			部分自学
5	特种货物物流	8			
6	生态物流	6			
7	物流外包与外包物流：物流运作	6			部分自学
8	电子商务：网上物流与网下物流	4			部分自学
9	物流管理与企业社会责任	6			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，考核方式为闭卷。

考试课由平时成绩 30%，期末考试成绩 70% 构成。

### （二）与其他课程和教学环节的联系：

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：物流设施与设备、物流管理信息技术、采购管理、运输与配送管理、仓储管理与库存控制、物流工程、国际物流、供应链管理、物流系统分析与设计

平行开设课程和教学环节：市场营销学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

王仲君等. 物流学导论：概念、技术与应用. 江苏大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. [美] 小保罗·墨菲, 迈克尔·克内梅耶编著, 陈荣秋等译. 物流学（第十一版）. 中国人民大学出版社.
2. 王之泰. 新编现代物流学（第三版）. 首都经济贸易大学出版社.
3. 崔介何. 物流学概论（第五版）. 北京大学出版社.
4. 汝宜红. 物流学（第二版）. 高等教育出版社.

制订人：王仲君

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《供应链管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Supply Chain Management

课程代码: BU241023/BU251023

课程类别: 核心必修/一般必修

学时: 48

学分: 3

适用专业: 物流管理、工商管理、市场营销、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

供应链管理(Supply Chain Management)是物流管理专业基础课。通过本课程的学习,要求学生能比较全面地掌握供应链管理的基本理论、基本知识和基本方法,并能根据所学内容分析实际问题。

供应链管理课程的基本要求:

1. 掌握供应链管理的基本理论、基本知识;
2. 熟悉供应链管理的基本方法;
3. 了解供应链管理的发展趋势,并能够运用所学知识对实际问题进行分析和判断。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1章 导论

##### 第1节 供应链管理概述

##### 第2节 供应链管理模式的产生及其基本思想

##### 第3节 供应链管理研究的进展

基本要求: 掌握供应链与物流、供应链管理与物流管理的概念; 掌握供应链管理与传统管理模式的区别; 了解供应链管理基本思想及供应链概念的结构模型。

#### 第2章 供应链系统的类型与特征

##### 第1节 供应链的类型

## 第2节 供应链成长理论与供应链管理的运行机制

### 第3节 集成化的供应链管理

### 第4节 供应链管理的战略性特征

基本要求：掌握供应链的类型、供应链成长理论、供应链管理的运行机制的基本概念与原理及应用，了解集成化的供应链管理和供应链管理的战略性特征。

## 第3章 供应链运作的协调管理

### 第1节 供应链协调问题的提出

### 第2节 提高供应链协调性的方法

### 第3节 供应链的激励问题

### 第4节 供应契约

基本要求：掌握供应链协调问题基本概念和提高供应链协调性的方法，了解供应链的激励问题和供应链的激励问题。

## 第4章 供应链的构建与优化

### 第1节 几种常见的供应链体系结构模型

### 第2节 供应链体系的设计原则和策略

### 第3节 基于产品的供应链设计的步骤

### 第4节 供应链物流网络布局的优化方法

### 第5节 供应链运作系统的管理框架模型

基本要求：掌握供应链体系的设计原则和策略、基于产品的供应链设计的步骤，了解几种常见的供应链体系结构模型及供应链物流网络布局的优化方法。

## 第5章 供应链合作伙伴关系的建立与评价

### 第1节 供应链战略合作伙伴关系

### 第2节 供应链合作伙伴关系形成的意义与价值

### 第3节 供应链合作伙伴的选择

### 第4节 供应链合作伙伴选择的步骤与方法

基本要求：掌握供应链合作伙伴选择的步骤与方法，了解供应链的激励问题和供应链的激励问题供应链合作伙伴关系形成的意义与价值。

## 第6章 供应链管理环境下的采购管理

### 第1节 采购的定义及过程

## 第 2 节 供应链管理环境下的采购

### 第 3 节 供应链管理环境下的准时化采购策略

### 第 4 节 供应商关系管理

### 第 5 节 全球采购

基本要求：了解战略采购与供应链管理、集成供应的实施、供应商管理的措施。

## 第 7 章 供应链管理环境下的生产计划与控制

### 第 1 节 传统生产计划与控制 and 供应链管理思想的差距

### 第 2 节 供应链管理环境下的企业生产计划与控制的特点

### 第 3 节 供应链管理环境下的生产计划与控制系统总体模型

### 第 4 节 供应链管理环境下生产系统的协调机制

基本要求：掌握供应链管理环境下的企业生产计划与控制的特点、供应链管理环境下生产系统的协调机制，了解传统生产计划与控制 and 供应链管理思想的差距、供应链管理环境下的生产计划与控制系统总体模型。

## 第 8 章 供应链管理环境下的物流管理

### 第 1 节 物流管理的基本概念

### 第 2 节 物流网络与供应链管理

### 第 3 节 企业物流管理

### 第 4 节 供应链中的物流组织与管理

### 第 5 节 物流业务外包

### 第 6 节 第三方物流与第四方物流

基本要求：掌握物流管理的基本概念及与供应链管理的联系和区别、明确第三方物流与第四方物流基本概念，了解企业物流管理、供应链中的物流组织与管理、物流业务外包。

## 第 9 章 供应链管理环境下的库存管理策略

### 第 1 节 供应链管理环境下的库存问题

### 第 2 节 供应商管理库存

### 第 3 节 联合库存管理

### 第 4 节 供应链多级库存控制

基本要求：掌握供应链管理环境下的库存问题，了解供应商管理库存、联合库存管理以及供应链多级库存控制。

## 第 10 章 供应链企业运作的绩效评价

### 第 1 节 供应链绩效评价的特点及原则

### 第 2 节 绩效评价理论

### 第 3 节 供应链绩效评价体系设计

### 第 4 节 平衡供应链计分法评价体系

基本要求：掌握供应链绩效评价的特点及原则，了解绩效评价理论、供应链绩效评价体系设计和平衡供应链计分法评价体系。

## 第 11 章 信息技术在供应链管理中的应用

### 第 1 节 概论

### 第 2 节 信息技术在供应链管理中的应用

### 第 3 节 供应链管理信息技术支撑体系

### 第 4 节 电子化供应链管理

基本要求：掌握供应链管理信息技术支撑体系，了解信息技术在供应链管理中的应用和电子化供应链管理。

## 第 12 章 供应链风险管理

### 第 1 节 供应链风险的含义

### 第 2 节 供应链风险识别与分析

### 第 3 节 供应链风险响应与管理方法

### 第 4 节 重构弹性供应链参考文献

基本要求：掌握供应链风险的含义、供应链风险识别与分析，了解供应链风险响应与管理方法及重构弹性供应链。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	导 论	3			
2	供应链系统的类型与特征	3			
3	供应链管理决策与策略	3	3		
4	供应链运作的协调管理	3	3		
5	供应链合作伙伴关系的建立与评价	3	3		
6	供应链管理环境下的采购管理	2	3		
7	供应链管理环境下的生产计划与控制	2	3		
8	供应链管理环境下的物流管理	2	3		
9	供应链管理环境下的库存管理策略	2			
10	供应链企业运作的绩效评价	3			
11	信息技术在供应链管理中的应用	2			
12	供应链风险管理	2			
合计		30	18		
		48			

## (三) 实验、上机相关内容

### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU24202301	供应商管理系统	6	必修	综合	1	通过对供应商管理系统功能、需求方面的实验，了解供应商管理在物流采购中的重要问题，选择供应商的流程及标准，工作步骤，维护供应商管理系统中的主要基础数据。
BU24202302	制造商管理系统	6	必修	综合	1	通过对生产管理、物流公司系统功能、需求方面的实验，了解生产管理、物流公司主要基础数据。
BU24202303	零售商及终端客户系统	6	必修	综合	1	围绕核心企业，遵循通过对信息流、物流、资金流集成控制的原理，围绕从采购原材料开始，到制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中的全过程。

开放性课程实验： 是  否

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

教学方法以课堂讲授为主，辅以实验教学、课堂讨论和课外作业、实践活动等。  
本课程属考查课，实验成绩依据实验报告及实验进程考核，期末考核方式为大作业。  
学生最终成绩为实验成绩 40%，期末考试成绩 60%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学、管理学

后续课程和教学环节：毕业实习

平行开设课程和教学环节：企业资源计划

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

马士华. 供应链管理. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 董千里. 供应链管理. 人民交通出版社.
2. 宋华, 胡左浩. 现代物流与供应链管理. 经济管理出版社.
3. 唐纳德 J·鲍尔索克斯编著, 林国龙, 宋柏, 沙梅译. 物流管理——供应链过程的一体化. 机械工业出版社.
4. 宋华. 现代物流与供应链管理案例. 经济管理出版社.

制订人：杨传明

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《组织行为学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Organizational Behavior

课程代码: BU241103

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

组织行为学是综合运用与个体、群体有关的相关理论和知识,采用系统分析的方法,研究一定组织中的个体、群体与组织的行为规律,从而提高各级主管人员对个体、群体和组织的行为的预测和引导能力,以便更有效地实现组织目标的一门科学。本课程着重介绍组织行为学理论的发展历史和过程,阐述组织中个体、群体和整个组织的行为的发展规律,以及它们与社会环境的关系的知识系统。

本课程的基本要求:

1. 掌握个体、群体与组织行为的内涵及分析方法;
2. 熟悉人的工作行为的规律,运用激励机制发挥人的积极性与主观能动性;
3. 了解实践工作中个体、群体及组织行为的规律性。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

##### 第一节 组织与组织行为的内涵

##### 第二节 组织行为学的发展演变过程

##### 第三节 组织行为学的基本研究方法

基本要求: 掌握组织与组织行为概念和组织行为学的发展历程;熟悉组织行为学的研究方法。

重点与难点: 组织行为学的概念,组织行为学研究的三个层次,基本研究方法。

## 第二章 个体心理与个体行为

### 第一节 关于人的理论

### 第二节 需要、动机与行为

### 第三节 价值观与行为

### 第四节 知觉与行为

### 第五节 态度与行为

### 第六节 人格与行为

### 第七节 能力与行为

### 第八节 意志与行为

### 第九节 兴趣与行为

### 第十节 情感与行为

基本要求：掌握关于个体的需要、动机与行为的内涵，价值观、态度与行为，知觉与行为，个性与行为的相关理论；熟悉意志和情感的内涵；了解个体行为的一些基本规律和研究方法。

重点与难点：需要、动机与行为的内在联系。

## 第三章 群体心理与群体行为

### 第一节 群体的概念

### 第二节 群体发展的阶段

### 第三节 群体的特征

### 第四节 群体内行为

### 第五节 冲突及应对策略

### 第六节 团队管理

基本要求：掌握群体的概念和群体的特征理论，熟悉群体行为和冲突的理论，了解群体决策的方法与程序。

重点与难点：群体特征理论，如何正确对待冲突。

## 第四章 群体动力与激励理论

### 第一节 卢因的群体动力论

### 第二节 赫兹伯格的双因素理论

### 第三节 弗隆的期望理论

#### 第四节 亚当斯的公平理论

#### 第五节 斯金纳的强化理论

#### 第六节 麦克利兰的需要理论

#### 第七节 波特和劳勒的激励模式

#### 第八节 激励的一般原则和方法

基本要求：掌握卢因的群体动力论、赫兹伯格的双因素论、麦克利兰的激励需要理论、期望理论与公平理论。

重点与难点：实践中如何综合运用这些激励理论。

### 第五章 组织结构与组织设计

#### 第一节 组织的基本概念

#### 第二节 组织设计的任务

#### 第三节 组织结构的类型

#### 第四节 组织设计的传统原则

#### 第五节 组织设计的动态原则

#### 第六节 组织设计的权变理论

基本要求：掌握组织的基本概念，了解组织结构的类型及适用情况，掌握组织设计的原则。

重点与难点：组织设计的原则。

### 第六章 学习型组织

#### 第一节 学习型组织的含义与特征

#### 第二节 创建学习型组织的障碍与途径

#### 第三节 学习型组织与组织管理

基本要求：掌握学习型组织的含义与特征，了解 Web 2.0 时代的学习型组织，掌握创建学习型组织的途径及学习型组织与组织绩效、人力资源管理、知识管理的关系。

重点与难点：学习型组织的创建。

### 第七章 组织文化与组织行为

#### 第一节 组织文化的内涵

#### 第二节 组织文化的作用

#### 第三节 组织文化的影响因素

- 第四节 组织文化与员工需要层次
- 第五节 理想追求与组织人力资源的动力开发
- 第六节 群体价值观与组织凝聚力
- 第七节 组织道德与组织公共关系
- 第八节 组织风气与员工行为管理
- 第九节 组织物质环境与员工行为教育
- 第十节 组织文化建设的步骤
- 第十一节 组织文化建设的心理机制
- 第十二节 组织文化与组织竞争力
- 第十三节 文化资本

基本要求：掌握组织文化的内涵和组织文化对组织行为的影响，熟悉组织文化的建设步骤。

重点与难点：如何运用组织文化对组织进行管理。

#### 第八章 领导者与组织行为

- 第一节 领导的内涵
- 第二节 领导特性理论
- 第三节 领导行为理论
- 第四节 权变领导理论
- 第五节 领导理论的新发展
- 第六节 领导者与组织文化

基本要求：掌握领导行为理论基础，正确认识领导者的权威观与人才观。

重点与难点：如何发挥领导者的才能。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	3			
2	第二章 个体心理与个体行为	12			
3	第三章 群体心理与群体行为	6			
4	第四章 群体动力与激励理论	3			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
5	第五章 组织结构与组织设计	3			
6	第六章 学习型组织	3			
7	第七章 组织文化与组织行为	6			
8	第八章 领导者与组织行为	6			
9	机动或习题				3
10	考试				3
合计		42			6
		42			6

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，平时成绩占 30%，期末试卷成绩占 70%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、认识实习

后续课程和教学环节：企业战略管理、生产管理实习

平行开设课程和教学环节：无

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

张德. 组织行为学 (第五版). 高等教育出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 陶克涛. 管理心理学. 中国商业出版社.

2. 李剑锋. 组织行为管理. 中国人民大学出版社.

3. 肖余春. 组织行为学. 机械工业出版社.

4. 斯蒂芬·P·罗宾斯. 组织行为学精要. 机械工业出版社.

制订人：张一军

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《企业战略管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Corporate Strategic Management

课程代码: BU241104/BU252Z05

课程类别: 核心必修/一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

企业战略管理是工商管理专业高年级本科学生的必修专业课。本课程介绍了战略管理理论的发展历史、战略管理的过程;阐述了企业外部环境因素和内部条件的分析方法;列举了公司战略、国际化战略、竞争战略和职能战略的各种选择方案。通过将教学、案例分析、自学等多种形式的教学方法和课外作业等学生课后的练习相结合,使学生学习的知识更加牢固。

本课程的基本要求是:使在学生能够了解企业战略管理理论的知识;使学生对企业战略管理的实际操作有一个初步认识;对工商管理的专业知识有系统认识与回顾。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 企业战略管理的产生与发展

##### 第一节 企业战略管理的产生

##### 第二节 企业战略管理在西方的发展

##### 第三节 企业战略管理在中国的发展

基本要求:了解企业战略管理在中国的发展,重点和难点:企业战略管理的产生过程和企业战略管理在西方的发展。

#### 第二章 战略管理概述

##### 第一节 企业战略管理的内涵

##### 第二节 企业战略管理理论的发展

##### 第三节 企业战略管理的层次和过程

#### 第四节 战略管理者

基本要求：了解战略管理者的构成，难点：企业战略管理的层次和过程；重点：掌握企业战略管理的内涵和企业战略管理理论的发展。

### 第三章 企业外部环境分析

#### 第一节 企业外部环境概述

#### 第二节 企业宏观环境因素分析

#### 第三节 产业竞争分析

#### 第四节 企业战略宏观环境分析技术

基本要求：了解企业外部环境概述，重点：企业战略宏观环境分析技术；难点：掌握企业宏观环境因素分析和产业竞争分析技术。

### 第四章 企业的内部条件分析

#### 第一节 企业的内部环境概述

#### 第二节 企业核心竞争力分析

#### 第三节 企业的内部环境分析方法

#### 第四节 企业财务分析

基本要求：了解企业财务分析和企业使命与战略目标的知识，重点：企业的内部环境的知识；难点：企业核心竞争力分析和企业的内部环境分析方法。

### 第五章 企业使命与战略目标

#### 第一节 企业使命

#### 第二节 环境、战略、能力的匹配

#### 第三节 企业的战略目标

基本要求：了解企业使命的概念，重点：企业环境、战略、能力的匹配的关系，掌握企业的战略目标的分类。

### 企业战略选择

#### 第一节 稳定发展战略

#### 第二节 发展战略

#### 第三节 企业防御战略

#### 第四节 混合战略与战略选择

基本要求：熟悉企业战略的种类，重点和难点：企业稳定发展战略、发展战略、企业防御战略和混合战略的概念和选择。

### 第六章 企业国际化经营战略

#### 第一节 国际化经营战略环境分析

## 第二节 国际化经营战略的选择

基本要求：重点：企业国际化经营战略环境分析技术；难点：企业国际化经营战略的选择。

## 第七章 企业经营单位竞争战略选择

### 第一节 成本领先战略

### 第二节 差异化战略

### 第三节 集中化战略

### 第四节 中庸战略

基本要求：重点和难点：企业成本领先战略、差异化战略、集中化战略和中庸战略的概念和选择条件。

## 第九章 战略选择的方法与技术

### 第一节 波士顿矩阵分析法

### 第二节 GE 九方图

### 第三节 生命周期、战略群模型

### 第四节 战略选择过程

基本要求：重点：企业战略选择过程；难点：掌握波士顿矩阵分析法、GE 九方图、生命周期和战略群模型分析方法和操作。

## 第十章 职能战略

### 第一节 市场营销战略

### 第二节 生产战略

### 第三节 研究与开发战略

### 第四节 人力资源战略

基本要求：重点：市场营销战略、生产战略、研究与开发战略和人力资源战略的内涵和种类。

## 第十一章 战略控制

### 第一节 控制类型与过程

### 第二节 控制方法

基本要求：重点：企业战略控制类型与过程和控制方法的类型。

### 专题讲座

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	企业战略管理的产生与发展	4			
2	战略管理概述	4			
3	企业外部环境分析	4			
4	企业的内部条件分析	4			
5	企业使命与战略目标	4			
6	企业战略选择	4			
7	企业国际化经营战略	4			
8	企业经营单位竞争战略选择	4			
9	战略选择的方法与技术	4			
10	职能战略	4			
11	战略控制	4			
12	案例分析、专题讲座	4			
合计		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，其中平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、人力资源管理

后续课程和教学环节：成本管理、供应链管理

平行开设课程和教学环节：组织行为学、管理信息系统

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

杨锡怀. 企业战略管理—理论与案例（第四版）. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 王方华. 企业战略管理（第二版）. 复旦大学出版社.

2. 魏江. 企业战略管理：理念、方法和案例. 浙江大学出版社.

3. 张阳. 战略管理. 科学出版社.

4. 黄速建. 现代企业管理—变革的观点. 经济管理出版社.

制订人：夏海力

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《消费者行为学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Consumer Behavior

课程代码: BU241202/BU241Z24

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 市场营销, 市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

课程任务: 通过消费者行为学学习, 使学生了解消费者行为产生、发展及变化的规律, 掌握消费者行为产生的基础及其影响因素, 较为熟练地运用消费者行为分析的各种方法分析和研究消费者行为活动, 在实践中能够运用相关理论引导和促使消费者进行科学的购买决策, 实施理性的购买行为, 更好地为消费者服务。

基本要求: 通过本课程学习, 要求学生能对消费者的行为作出一般性解释, 认识中国消费者的行为与差异, 掌握测量消费者行为的方法, 掌握影响和管理消费者行为的策略。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 消费者行为概述

##### 第一节 消费者行为学研究的意义

##### 第二节 消费者行为学的研究内容

##### 第三节 消费者行为学的研究原则与方法、消费者行为学的研究原则与方法

基本要求: 通过本章学习, 使学生了解消费者行为学的产生发展变化, 掌握消费者行为学的研究工程与内容, 并学会使用各种方法研究消费者行为。重点: 消费者行为学定义、消费者行为学研究内容、消费者行为学的研究原则与方法

难点: 消费者行为学定义、消费者行为学的研究原则与方法

#### 第二章 消费者的动机

##### 第一节 消费者需要与动机

## 第二节 动机理论

### 第三节 动机与营销策略

基本要求：通过本章学习，使学生掌握动机的含义、特点与类型，掌握动机形成的影响因素和各类消费者购买动机的差异，了解消费者动机理论并运用动机理论开展营销活动。

重点：动机的含义、特点与类型，消费者动机理论，动机理论在企业营销中的应用

难点：消费者动机理论，动机理论在企业营销中的应用

## 第三章 消费者知觉

### 第一节 消费者的知觉过程

### 第二节 知觉的信息加工过程

### 第三节 消费者对产品质量的知觉

### 第四节 消费者对购买风险的知觉与减少风险的策略

基本要求：通过本章学习，使学生了解消费者的知觉过程,掌握影响消费者注意的因素，掌握认知质量的概念以及影响消费者认知质量的因素，掌握减少消费者知觉风险的策略。

重点：消费者的知觉过程、影响消费者注意的因素、认知质量的概念以及影响消费者认知质量的因素、减少消费者知觉风险的策略  
难点：影响消费者注意的因素、认知质量的概念以及影响消费者认知质量的因素、减少消费者知觉风险的策略

## 第四章 消费者的态度

### 第一节 消费者态度概述

### 第二节 消费者态度的测量

### 第三节 消费者态度的形成

### 第四节 消费者态度的转变

基本要求：通过本章学习，使学生了解态度的特点、态度的功能和类型、掌握态度形成的理论和影响态度形成与转变的因素，有效引导消费者在良好态度的支配下实施购买行为。

重点：态度的功能和类型、态度形成理论、影响态度形成与转变的因素

难点：态度形成理论、影响态度形成与转变的因素

## 第五章 消费者的个性

### 第一节 个性的含义与特点

### 第二节 消费者兴趣

### 第三节 消费者气质

#### 第四节 消费者性格

#### 第五节 消费者能力

基本要求：通过本章学习，使学生掌握个性消费心理特征的含义与特点，掌握气质、性格、能力的含义、特征、类型及其对消费者购买行为的影响，有效引导消费者进行科学消费。

重点：消费者个性理论、消费者气质类型、消费者能力定义

难点：消费者个性理论、消费者气质类型

### 第六章 消费者学习与记忆

#### 第一节 消费者学习概述

#### 第二节 有关消费者学习的理论

#### 第三节 消费者的记忆与遗忘

基本要求：通过本章学习，使学生掌握消费者学习的定义，掌握有关消费者学习的理论，掌握影响消费者记忆与遗忘的因素。

重点：消费者学习定义、消费者学习理论、消费者记忆的类型、影响消费者记忆的因素

难点：消费者学习理论、影响消费者记忆的因素

### 第七章 社会文化与消费者行为

#### 第一节 社会文化与消费行为

#### 第二节 消费者的文化价值观

#### 第三节 中国文化与消费行为

基本要求：通过本章学习，使学生了解文化的内涵与特性，掌握亚文化与文化价值观对消费者行为的影响，能够在不同地区运用特定的文化背景开展促销活动。

重点：社会文化对消费行为的影响、消费者的文化价值观、中国特色消费文化及其适应

难点：消费者的文化价值观、中国特色消费文化及其适应

### 第八章 口传、流行与消费行为

#### 第一节 口头传播与消费行为

#### 第二节 流行与消费行为

#### 第三节 创新的扩散

基本要求：通过本章学习，使学生了解口头传播产生的原因，掌握流行的涵义、特征与变迁，了解流行对消费者行为的影响，掌握在流行的不同阶段消费者的心态特点，有计划地引导消费者的消费行为。

重点：流行的涵义、特征与变迁，口头传播产生的原因

难点：流行对消费者行为的影响、流行的不同阶段消费者的心态特点

## 第九章 社会阶层与消费者行为

### 第一节 社会阶层

### 第二节 社会阶层的划分

### 第三节 不同社会阶层的消费者行为

基本要求：通过本章学习，使学生掌握社会阶层的涵义、特征和划分方法，掌握决定社会阶层的因素和不同阶层消费者的行为特点。

重点：社会阶层的涵义、社会阶层的特征、影响社会阶层的因素、不同阶层消费者的行为特点

难点：影响社会阶层的因素、不同阶层消费者的行为特点

## 第十章 社会群体与消费者行为

### 第一节 社会群体概述

### 第二节 参照群体对购买行为的影响

### 第三节 角色与购买行为

### 第四节 群体压力与从众

基本要求：通过本章学习，使学生了解社会群体的含义、类型，掌握不同参照群体的购买行为特点，角色对消费行为的影响以及群体压力与从众。

重点：社会阶层的含义、社会阶层的类型、不同参照群体的购买行为特点、角色对消费者行为的影响、群体压力

难点：不同参照群体的购买行为特点、角色对消费者行为的影响、群体压力

## 第十一章 家庭与消费者行为

### 第一节 家庭的功能

### 第二节 家庭生命周期与人员角色

### 第三节 家庭购买决策

### 第四节 家庭变化趋势及其影响

基本要求：通过本章学习，使学生了解家庭的功能与类型，掌握家庭生命周期阶段的特点与人员角色，掌握影响家庭购买决策的因素以及家庭变化趋势。

重点：家庭生命周期阶段的特点与人员角色、影响家庭购买决策的因素、家庭变化趋势

难点：家庭生命周期阶段的特点与人员角色、影响家庭购买决策的因素

## 第十二章 消费者决策过程：问题认知与信息搜集

## 第一节 消费者购买决策过程

### 第二节 问题认知

### 第三节 信息搜索

基本要求：通过本章学习，使学生了解消费者购买决策的类型及过程，消费者问题的类型，掌握影响消费者问题认知的因素，掌握消费者信息搜索类型。

重点：消费者购买决策的类型及过程、消费者问题的类型、影响消费者问题认知的因素、

消费者信息搜索类型

难点：消费者问题的类型、影响消费者问题认知的因素、消费者信息搜索类型

## 第十三章 消费者决策过程：评价与购买

### 第一节 购买前的评价

### 第二节 购买过程

### 第三节 店铺的选择

基本要求：通过本章学习，可以使学生了解消费才评价过程，掌握消费者评价规则，掌握影响消费者冲动性购买的因素，掌握影响消费者店铺选择的因素。

重点：消费者评价过程、消费者评价规则、影响消费者冲动性购买的因素、影响消费者店铺选择的因素

难点：消费者评价规则、影响消费者冲动性购买的因素、影响消费者店铺选择的因素

## 第十四章 消费者决策过程：购后行为

### 第一节 购后冲突

### 第二节 产品的使用与闲置

### 第三节 消费者的满意与不满

### 第四节 消费者不满及其行为反应

基本要求：通过本章学习，使学生掌握消费者购后冲突产生的原因，掌握影响消费者对产品使用或闲置的原因，掌握影响消费者满意的因素，掌握影响消费者抱怨行为的因素。

重点：消费者购后冲突产生的原因、影响消费者对产品使用或闲置的原因、影响消费者满意的因素、影响消费者抱怨行为的因素

难点：影响消费者对产品使用或闲置的原因、影响消费者满意的因素、影响消费者抱怨行为的因素

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	消费者行为概述	3			
2	消费者的动机	4			
3	消费者知觉	4			
4	消费者的态度	3			
5	消费者的个性	3			
6	消费者学习与记忆	3			
7	案例讨论 1				2
8	社会文化与消费者行为	3			
9	口传、流行与消费者行为	3			
10	社会阶层与消费者行为	3			
11	社会群体与消费者行为	3			
12	家庭与消费者行为	3			
13	消费者决策过程：问题认知与信息搜集	3			
14	消费者决策过程：评价与购买	3			
15	消费者决策过程：购后行为	3			
16	案例讨论 2				2
合计： 48		44			4
		44			4

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课。

成绩评定方式：通过平时上课表现和期末考试评定成绩，其中平时占 30%，期末占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

符国群. 消费者行为学. 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 卢泰宏. 消费者行为学. 高等教育出版社.
2. 迈克尔·R·所罗门. 消费者行为学. 经济科学出版社.
3. 杨树清. 消费者行为学. 中山大学出版社.
4. 王曼. 消费者行为学. 机械工业出版社.

制订人：张一军

审核人：王 勇

审定人：余晓红

# 《销售管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Sales Management

课程代码: BU241204

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

《销售管理》是一门建立在市场营销管理理论基础之上的应用型学科,有较强的实践性。本课程主要介绍销售管理的基本概念、基本原理和基本方法。该课程教学既要重视销售管理理论,又要突出它的应用性和实践性,注重学生专业技能的培养。

基本要求:通过本课程的学习,使学生能够了解销售管理和营销管理的关系,了解影响销售预测的因素,掌握销售预测和销售预算的制定方法,掌握销售区域的设计和制定销售战略的方法,掌握客户分析的方法,掌握销售网络设计的方法,掌握寻找准顾客、约见顾客、接近顾客、销售洽谈和处理顾客异议等技巧,了解销售人员招募与培训,掌握销售人员的激励、组织和自我管理等内容。本课程要求学生在系统掌握销售管理基本理论、基本知识和基本方法的基础上,树立科学的销售管理理念,既注重对营销管理理论的传承,更注重利用销售管理理论分析各类社会组织的客观实际。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 销售管理概述

##### 第一节 市场营销与销售管理

##### 第二节 市场营销的起源

课程内容和基本要求:主要介绍销售和营销管理的含义、销售管理的内容,要求学生了解销售管理和营销管理的关系。

重点和难点:了解销售管理和营销管理的关系。

#### 第二章 战略和销售规划

## 第一节 企业战略

## 第二节 营销战略

## 第三节 销售规划

课程内容和基本要求：主要介绍商业策略的主要元素，阐述战略性市场规划的基本要素以及战略实施决策的含义。

重点和难点：掌握战略性市场规划的基本要素以及战略实施决策的含义等内容。

## 第三章 销售机会管理

### 第一节 开发新客户的过程

### 第二节 管理现有客户

课程内容和基本要求：主要讲述有效发掘新客户的步骤，解释如何确定哪些是销售人员应该捕捉的商机，阐述为机会排序的四种方法，解释重点从销售量转向利润流的原因，讲述销售人员如何才能更有效地管理自己的时间。

重点和难点：了解如何确定哪些是销售人员应该捕捉的商机，掌握为机会排序的四种方法，了解从销售量转向利润流的原因。

## 第四章 客户关系管理

### 第一节 采购过程

### 第二节 采购中心

### 第三节 关系的演变

课程内容和基本要求：主要介绍专业购买过程的步骤，识别在采购中心中影响购买的不同因素，解释怎样去发展关系，描述能够增进关系的关键因素。

重点和难点：专业购买过程的步骤，识别在采购中心中影响购买的不同因素，掌握增进关系的方法。

## 第五章 客户互动管理

### 第一节 销售模式的基本类型

### 第二节 互动的各个阶段

### 第三节 发觉需求的能力

课程内容和基本要求：主要介绍销售模式的基本类型，阐述互动前阶段所需的技能，列举互动阶段所需的技能，讲述互动后阶段所需的技能。

重点和难点：了解销售模式的基本类型，掌握互动前、互动中、互动后各阶段的基本技能。

## 第六章 销售人员组织模式

### 第一节 综合销售模式与专业销售模式的对比

## 第二节 战略客户管理计划

### 第三节 销售队伍架构的新问题

课程内容和基本要求：主要介绍销售队伍的各种组织方式，解释战略客户管理项目的含义，说明网络营销蓬勃发展的理由以及执行过程中的问题，讲述为什么以及何时使用销售代理商，描述销售队伍组织的演化趋势。

重点和难点：掌握销售队伍的各种组织方式，理解销售队伍组织的演化趋势。

## 第七章 人力资源的招聘和甄选

### 第一节 计划的过程

### 第二节 招聘和甄选应聘者

### 第三节 验证雇用过程的效果

课程内容和基本要求：主要介绍如何为招聘和甄选制定计划，确定销售工作的相关招聘标准，比较不同的招聘来源，了解甄选和确认过程。

重点和难点：掌握如何为招聘和甄选制定计划，了解确定销售工作相关招聘标准的方法。

## 第八章 领导力

### 第一节 领导力

### 第二节 团队建设

### 第三节 销售队伍的人事问题

课程内容和基本要求：主要介绍领导者如何管理变化，如何根据具体的情形确定适当的领导方式，指导如何在恰当的时间训练销售人员，讨论计划和组织销售会议应包括哪些内容，了解常见的人事问题。

重点和难点：了解领导者如何根据具体的情形确定适当的领导方式，掌握计划和组织销售会议应包括哪些内容。

## 第九章 伦理领导力

### 第一节 伦理决策的原则

### 第二节 常见的伦理问题

### 第三节 制定合乎伦理的销售计划

课程内容和基本要求：主要介绍商业伦理的道德基础，理解如何做出涉及伦理问题的决定，识别销售工作中普遍的伦理问题，讨论如何建立销售伦理框架。

重点和难点：了解商业伦理的道德基础，掌握如何建立销售伦理框架。

## 第十章 激励销售人员

### 第一节 激励模型

## 第二节 自我管理

### 第三节 激励计划

课程内容和基本要求：主要介绍激励的定义，用激励来解释销售经理所关注的问题，说明个体的需求怎样以及为何存在差异，描述激励过程的基本模型，讨论不同类型的定额以及与定额有关的管理问题，描述怎样设计激励措施、表彰计划以及其局限性。

重点和难点：了解个体的需求怎样以及为何存在差异，掌握激励过程的基本模型。

## 第十一章 业绩评估

### 第一节 费用分析

### 第二节 销售人员评估

### 第三节 使用评估模型

课程内容和基本要求：主要介绍销售队伍的业绩评价，描述用于评估销售人员的标准，区分衡量销售业绩的投入和产出方法，讨论成本控制的重要性，讨论控制销售人员行为流程的价值，解释目标管理的优势与劣势。

重点和难点：了解成本控制的重要性以及控制销售人员行为流程的价值，掌握区分衡量销售业绩的投入和产出方法。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	销售管理概述	4			
2	销售规划	4			
3	销售机会管理	4			
4	客户关系管理和客户互动管理	6			
5	销售人员的组织模式和人力资源的招聘与甄选	4			
6	领导力和伦理领导力	2			
7	销售人员激励	4			
8	销售人员的业绩评估	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

考核方式：本课程属考试课，考核方式为闭卷笔试。

最终课程的成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，其中平时成绩占 40%，期末成绩占 60%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

威廉·L·科恩，托马斯·E·德卡罗. 销售管理. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. Thomas N·Ingram, Ramon A·Avila. 销售管理. 北京大学出版社.
2. 查尔斯·M·福特雷尔. 销售管理. 机械工业出版社.
3. 熊银解. 销售管理. 高等教育出版社.
4. 李先国. 销售管理. 中国人民大学出版社.
5. 胡旺盛. 销售管理. 合肥工业大学出版社.

制订人：王晓彦

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《旅游学概论》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Introduction to Tourism Principles

课程代码: BU241301

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅游学概论是旅游管理专业的一门专业基础课。它的研究对象是旅游者、旅游业、旅游资源之间的相互关系和发展、变化的规律,以及旅游活动对接待地区社会文化、经济和环境的影响。它以旅游发展的实践为基础,阐明社会经济发展与旅游活动的关系;阐述旅游活动的内容、种类和表现形式;发展旅游业的基本要素及各要素之间的关系;旅游对接待地区的影响,以及我国的旅游政策问题。通过本课程的学习,培养学生初步了解和掌握旅游学科的基本理论,了解和掌握旅游活动各要素之间的相互关系,为今后旅游管理各课程的学习打下基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

该课程主要内容包括旅游的概念、性质与特点,旅游学研究的对象、内容和研究方法,旅游的产生与发展,旅游者的概念、形成条件、类型及特点,旅游客源市场及旅游客流规律,旅游资源的概念、类型和特征,旅游资源的开发和保护,旅游业的构成及旅游交通、旅行社、旅游饭店、旅游信息传播概况,旅游区的概念和类型,旅游景观构景要素,旅游区规划的主要内容和旅游产品,旅游的作用与影响,旅游产业政策和旅游组织概况,中国和世界旅游的发展趋势等。重点是旅游学科及相关课程的基本理论和基本内容,难点是旅游活动各要素的基本情况及其之间的相互关系。

### 绪 论

#### 第一节 旅游的概念

## 第二节 旅游的性质与特点

## 第三节 旅游学研究的对象、内容和方法

**基本要求：**了解旅游的基本概念和定义，理解旅游活动的性质，初步掌握旅游的特征、旅游学的主要学习和研究内容及研究方法。

## 第一章 旅游的产生与发展

### 第一节 古代旅游

### 第二节 近代旅游

### 第三节 现代旅游

**基本要求：**了解人类早期的旅行活动的产生，熟悉近代旅游活动的产生背景，认识托马斯·库克对近代旅游的贡献，掌握现代旅游的发展状况。

## 第二章 旅游活动的主体

### 第一节 旅游者的概念

### 第二节 旅游者的形成条件

### 第三节 旅游者类型及特点

### 第四节 旅游主体的运行范式

### 第五节 旅游客源市场

### 第六节 旅游客流规律

**基本要求：**了解旅游者的基本概念，初步掌握旅游者的各类形成条件；熟悉各类旅游者的基本特点，了解旅游主体的一般运行范式；熟悉旅游客源市场的基本状况，了解旅游客流的一般规律。

## 第三章 旅游活动的客体

### 第一节 旅游资源的概念和类型

### 第二节 旅游资源的特征

### 第三节 旅游资源的开发

### 第四节 旅游资源的保护

**基本要求：**了解旅游资源的基本概念和类型，初步掌握旅游资源的主要特征。了解旅游资源的开发过程和重点，熟悉有关旅游资源保护的方法和途径。

## 第四章 旅游活动的介体

### 第一节 旅游业的概念和构成

### 第二节 旅游交通

### 第三节 旅行社

### 第四节 旅游饭店

## 第五节 旅游信息传播

**基本要求：**了解旅游业的概念和构成，熟悉各类旅游交通方式和工具的特点。了解旅行社和旅游饭店的一般概念，了解有关旅游信息的概念和传播方式。

## 第五章 旅游区

### 第一节 旅游区的概念和类型

### 第二节 旅游景观构景要素

### 第三节 旅游区规划的主要内容

### 第四节 旅游产品

**基本要求：**了解有关旅游区的种种概念和类型，熟悉各类旅游景观的构景要素及其不同功能。初步了解旅游区规划的主要内容，重点掌握有关旅游产品的特点、类型和开发原则。

## 第六章 旅游的作用与影响

### 第一节 旅游对国民经济的作用与影响

### 第二节 旅游对社会文化的作用与影响

### 第三节 旅游对生态环境的作用与影响

### 第四节 旅游的可持续发展

**基本要求：**了解旅游对国民经济、社会文化和生态环境的作用与影响，掌握旅游可持续发展的理论与途径。

## 第七章 旅游产业政策和旅游组织

### 第一节 产业政策的基本概念

### 第二节 旅游产业政策的内容

### 第三节 旅游产业政策的特点

### 第四节 旅游组织的主要职能

### 第五节 国际旅游组织

### 第六节 中国旅游组织

**基本要求：**了解有关旅游产业政策和旅游组织的基本情况。

## 第八章 旅游的发展趋势

### 第一节 世界旅游发展趋势

### 第二节 中国旅游发展趋势

### 第三节 中国旅游发展战略

**基本要求：**了解有关世界旅游和中国旅游的发展趋势，以及中国旅游发展的相关战略。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	绪论	2			
1	第一章 旅游的产生与发展	6			
3	第二章 旅游活动的主体	8			
4	第三章 旅游活动的客体	6			
5	第四章 旅游活动的介体	8			
6	第五章 旅游区	8			
6	第六章 旅游的作用与影响	4			
8	第七章 旅游产业政策和旅游组织	2			
9	第八章 旅游的发展趋势	2			
	复习	2			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，期末考核占总成绩的 70%，平时成绩由出勤率、作业、提问组成，占总成绩的 30%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：旅游市场营销、中国旅游资源课程等。

平行开设课程和教学环节：管理学等。

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

马洪元.旅游学导论（第二版）.南开大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 朱创业. 旅游地理学. 科学出版社.

2. 李天元. 旅游学（第三版）. 高等教育出版社.

3. 申葆嘉. 旅游学原理（第二版）. 学林出版社.

4. 谢彦君. 基础旅游学（第三版）. 中国旅游出版社.

制订人：马洪元

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游法规》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Rules and Regulations of Tourism

课程代码: BU241304

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过对旅游法规课程的学习,使学生了解中国旅游法制建设的状况和各种旅游法律关系;熟悉旅游消费者和旅游企业之间的关系;掌握保护旅游者合法权益的相关法律制度以及有关旅游企业(旅游酒店、旅行社等)的法律制度;掌握导游和领队人员管理法律制度;熟悉旅游资源的有关法律规定和旅游市场规则。在掌握旅游法的基本理论、基本观点和基础理论的基础上,使学生能够掌握旅游市场的规则,能运用旅游法的基本理论、基本原则、基本方法,解决旅游及酒店经营中的法律问题,注重理论联系实际。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

第一章中国的旅游法制建设

第一节旅游法的产生和发展

第二节旅游法制建设

第三节其他国家、地区旅游立法简介

基本要求:了解旅游法的产生和发展,了解其他国家、地区的立法情况;熟悉中国的旅游法制建设;掌握旅游法的涵义。

第二章旅游法律关系

第一节旅游法律关系概述

第二节旅游行政管理部门

### 第三节 旅游法律关系的确立和保护

基本要求：熟悉旅游法律关系的概念、特征、构成要素以及调整的对象；掌握旅游法律行为构成的必备条件；掌握法律事实和法律行为，熟悉旅游法律关系产生、变更和中止的必备条件。

## 第三章 旅游企业概述

### 第一节 旅游企业

#### 第二节 旅游企业的劳动合同

基本要求：了解旅游企业的概念；熟悉旅游企业劳动合同订立中存在的问题；掌握劳动合同订立的基本内容。

## 第四章 旅行社管理法规制度

### 第一节 旅游社管理法律制度

#### 第二节 旅游社经营

#### 第三节 中国公民出国旅游管理法律制度

基本要求：熟悉旅游业务的涵义，熟悉旅行社的概念、旅行社设立的条件和程序，掌握旅行社的质量保证金制度；熟悉不可抗力的概念，熟悉旅行社的权利和义务。

## 第五章 导游和领队人员管理法律制度

### 第一节 概述

#### 第二节 导游人员管理制度

#### 第三节 领队人员管理法律制度

基本要求：熟悉导游人员、全程陪同导游人员、地方陪同导游人员、景点景区导游人员的概念；掌握我国有关导游人员管理的法规；熟悉导游人员应承担的义务和享有的权利；掌握导游人员的条件及国家对导游人员的管理制度。

## 第六章 酒店管理法律制度

### 第一节 酒店及酒店与旅客之间的权利义务关系

#### 第二节 酒店业的其他规定

基本要求：了解酒店发展的一般历程及旅游酒店的概念和特征；熟悉旅游酒店的基本权利和义务；掌握旅游酒店星级评定的范围，标准和程序。

## 第七章 旅游消费者概述

### 第一节 旅游消费者的概念及其法律地位

#### 第二节 旅游消费者的合法权益和权益的保护

基本要求：了解《消费者权益保护法》的基本内容；熟悉旅游者的基本权利；掌握旅游投诉的概念、特征、受理条件、管理机关及其职责、处理程序。

## 第八章 保护旅游消费者合法权益的相关法律制度

### 第一节 旅游安全法律制度

### 第二节 旅游保险法律制度

### 第三节 旅游出入境法律制度

### 第四节 食品卫生法律制度

### 第五节 娱乐场所管理法律制度

基本要求：掌握旅游安全事故的等级；了解保险、保险合同、保险的职能和作用、分类等；掌握旅游保险的范围、旅游保险合同、旅游保险的索赔和理赔；熟悉旅游出入境法律制度。

## 第九章 旅游合同制度

### 第一节 旅游合同概述

### 第二节 合同法的一般性规定

### 第三节 旅游合同常见法律问题

基本要求：了解旅游合同的概念；熟悉合同法的一般性规定和旅游合同中常见的法律问题。

## 第十章 旅游资源管理法律制度

### 第一节 旅游资源概述

### 第二节 风景名胜区管理法律制度

### 第三节 自然保护区管理法律制度

### 第四节 文物管理制度及对世界遗产的保护

基本要求：了解旅游资源的基本情况；熟悉旅游资源法；熟悉风景名胜区、自然保护区、文物的概念；熟悉对风景名胜区、自然保护区、文物的保护与管理。

## 第十一章 解决旅游纠纷的法律制度

### 第一节 解决旅游纠纷的主要程序

### 第二节 旅游投诉制度

基本要求：掌握解决旅游纠纷的主要程序；熟悉旅游投诉制度。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	中国的旅游法制建设	3			
2	旅游法律关系	3			
3	旅游企业概述	2			
4	旅行社管理法规制度	8			
5	导游和领队人员管理法律制度	8			
6	酒店管理法律制度	3			
7	旅游消费者概述	3			
8	保护旅游消费者合法权益的相关法律制度	6			
9	旅游合同制度	6			
10	旅游资源管理法律制度	3			
11	解决旅游纠纷的法律制度	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

该课程为考试课。

考核方式为平时成绩占总成绩的 30%，期末考试成绩（占总成绩的 70%）相结合。

平时成绩包括平时作业(含案例讨论, 课堂提问), 课堂纪律等方面; 期末考试采用闭卷笔试形式进行。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论、酒店管理概论

后续课程和教学环节：前厅与客房管理、旅行社管理、远程综合实习

平行开设课程和教学环节：导游业务

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

吴旋欧, 张岩岩. 旅游政策法律与法规. 复旦大学出版社.

## （二）主要参考书目

参考书目主要为现行的相关法律法规，主要包括：

1. 导游人员管理条例
2. 旅行社条例, 旅行社条例实施细则, 旅行社质量保证金暂行规定.
3. 中华人民共和国旅游饭店星级评定标准, 旅馆业治安管理办法, 娱乐场所管理条例.
4. 旅游法.
5. 消费者权益保护法.
6. 风景名胜区管理暂行条例.
7. 旅游安全管理暂行办法.
8. 旅游投诉暂行规定.
9. 中华人民共和国出入境边防检查条例.
10. 旅游景区质量划分与评定. 江苏省乡村旅游区等级划分与评定.

制订人：邢夫敏

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游英语 A(二)》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism English A2

课程代码: BU241309

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

本课程考虑到旅游专业的特点,要求学生通过这一科目的学习达到基础与专业相结合、知识与技能相结合、掌握国际旅游动态等,全面提高学生的旅游英语综合交际能力。教学过程中,教师应培养学生的学习兴趣,使得学生的英语综合能力得到提高,拓宽学生的知识面,使学生对国内外的旅游业和饭店业有一个全面深入的了解,并逐步培养学生借助词典等工具书阅读原版的旅游类专业书籍的能力。《旅游英语(二)》要求学生对整个旅游业有一个系统的了解,包括旅游组织、旅游对象、旅游交通、旅行社管理、都市旅游、旅游会展等,同时还对饭店业有一个系统的了解,涉及饭店的各主要部门,如前厅、客房、餐饮、财务、营销、工程维修等。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

Unit 1: Careers in Tourism

Requirements: Be familiar with the jobs and duties of tourism industry; know how to write a C.V and a cover letter.

Unit 2: Destinations

Requirements: Know how to describe a destination and how to prepare a presentation.

Unit 3: Hotel Facilities

Requirements: Be familiar with the facilities of a standard hotel; know how to describe a hotel and compare different hotels.

Unit 4: Tour Operators

Requirements: Know the functions and operations of tour operators as well as their products, e.g. package holidays.

Unit 5: Dealing with Guests

Requirements: Have the basic skills of dealing with complaints and know how to solve problems in reality.

Unit 6: Travel Agencies

Requirements: Learn something about travel agencies; know how to reply to an enquiry.

Unit 7: Hotel Reservations

Requirements: Know something about conferences and conventions and how to sell a conference venue to a client.

Unit 8: Seeing the Sights

Requirements: Be familiar with some places of interest; know how to recommend sights to different clients.

Unit 9: Getting Around

Requirements: Be familiar with the check-in and check-out procedures; know how to show the tourists around.

Unit 10: Eating Out

Requirements: Know how to describe dishes and recommend restaurants to the tourists.

Unit 11: Traditions

Requirements: Get to know some traditions, public holidays, festivals and so on of different countries.

Unit 12: Special Interest Tours

Requirements: Be familiar with the organization and operation of special interest tours.

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	Unit 1: Careers in Tourism	4			
2	Unit 2: Destinations	4			
3	Unit 3: Hotel Facilities	4			
4	Unit 4: Tour Operators	4			
5	Unit 5: Dealing with Guests	4			
6	Unit 6: Travel Agencies	4			
7	Unit 7: Hotel Reservations	4			
8	Unit 8: Seeing the Sights	4			
9	Unit 9: Getting Around	4			
10	Unit 10: Eating Out	4			
11	Unit 11: Traditions	4			
12	Unit 12: Special Interest Tours	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，考核方式为口试，开卷考，成绩构成为平时成绩 50%，期末考试成绩 50%，平时成绩由出勤、课堂练习、课后练习、课堂表现等组成，期末成绩由口试结果决定。最终成绩评定为百分制。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：大学英语（一）、大学英语（二）、大学英语（三）、旅游英语 A（一）

后续课程和教学环节：高级英语 C（一）、高级英语 C（二）

平行开设课程和教学环节：大学英语（四）

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

Peter Strutt. 朗文旅游英语（中级）. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 宋美华. 旅游英语. 重庆大学出版社.
2. 房玉婧, 冯岩岩. 旅游英语. 对外经济贸易大学出版社.
3. 杨淑惠. 旅游英语. 天津科技翻译出版公司.
4. 卓美玲. 饭店英语. 天津科技翻译出版公司.

制订人：柯英

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游公共关系学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Public Relations

课程代码: BU241310

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生了解旅游公共关系产生和发展的历史、旅游公共关系的构成要素、公众的特点与分类、旅游危机应对等基本知识。要求学生掌握旅游公共关系策划的步骤与程序、一般旅游危机的应对方法与措施以及旅游公共关系调查的方法与程序,同时能够掌握旅游饭店、旅行社、旅游景区以及旅游交通部门公关工作开展的一般方法。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 绪论

第一节 公共关系的含义

第二节 公共关系的产生与发展

第三节 旅游公共关系概述

基本要求: 了解公共关系产生与发展的过程,掌握旅游公共关系的含义与特征;熟悉旅游公共关系的特点

重点和难点: 公共关系的要素;公共关系的发展阶段史及代表人物

#### 第二章 旅游业公共关系的主体

第一节 旅游业组织

第二节 公共关系部

第三节 公共关系人员

基本要求: 了解旅游业组织的分类;掌握公关部设置的不同类型;熟悉公关部人员从业要求

重点和难点：公关部设置的常见类型及特点

### 第三章 旅游公共关系的客体

#### 第一节 公众及其分类

#### 第二节 公众的心理定势分析

#### 第三节 旅游业组织的基本目标公众

基本要求：了解旅游业组织公众的含义、公众的分类，熟悉旅游业公众的心理特征；掌握旅游业组织基本目标公众的类型及其重要性

重点和难点：旅游业不同公众的划分依据；旅游业公众的心理定势类型

### 第四章 旅游公共关系的传播

#### 第一节 概述

#### 第二节 公共关系传播的媒介

#### 第三节 公共关系传播的效果

基本要求：了解旅游公共关系传播的含义和特点，旅游公共关系传播媒介的类型，掌握旅游公共关系传播与广告的区别

重点和难点：旅游公共关系传播渠道的选择；旅游公共关系传播与商业广告的区别

### 第五章 旅游公共关系调查

#### 第一节 旅游公共关系调查的功能

#### 第二节 旅游公共关系调查的内容

#### 第三节 旅游公共关系调查的程序

#### 第四节 旅游公共关系调查的方法

基本要求：了解旅游公共关系调查的含义与作用，掌握旅游公共关系调查的方法和程序

重点和难点：旅游公共关系调查的不同方法运用及程序

### 第六章 旅游公共关系策划

#### 第一节 旅游公共关系策划概述

#### 第二节 旅游公共关系策划的内容与程序

#### 第三节 旅游公共关系策划的方法

基本要求：了解旅游公共关系策划的含义与特点，掌握旅游公共关系策划的原则、方法并能进行相关策划

重点和难点：旅游公共关系策划的不同方法运用及程序

### 第七章 旅游危机与管理

#### 第一节 旅游危机的含义与种类

#### 第二节 危机公关的原则和策略

#### 第三节 危机管理

基本要求：了解旅游业危机的含义和类型，掌握危机公关的原则和策略并能对相关危机事件进行预防和管理

重点和难点：旅游危机预防和管理

## 第八章 旅游饭店公共关系

第一节 旅游饭店公共关系概述

第二节 旅游饭店与相关公众关系的协调

第四节 旅游饭店形象的塑造

基本要求：了解旅游饭店公共关系的含义以及公关工作开展的必要性，掌握饭店的公众类型及其特点以及公众关系处理的方法；掌握旅游饭店形象塑造的内容和要求

重点和难点：旅游饭店相关公众的类型及协调；CIS

## 第九章 旅行社公共关系

第一节 旅行社公共关系概述

第二节 旅行社与内部公众关系的协调

第三节 旅行社与外部公众关系的协调

基本要求：了解旅行社开展公关工作的必要性，掌握旅行社公众的类型及其与公众关系处理的方法

重点和难点：旅行社内外部公众的类型及协调

## 第十章 旅游景区公共关系

第一节 旅游景区公共关系概述

第二节 旅游景区公共关系的协调

第三节 旅游景区的公关宣传

第四节 旅游景区与公众的沟通

基本要求：了解旅游景区开展公关工作的必要性，掌握旅游景区公众的类型及其与公众关系处理的方式和方法

重点和难点：旅游景区相关公众的类型及协调

## 第十一章 旅游交通公共关系

第一节 旅游交通的构成与特点

第二节 旅游交通公关的含义与职能

第三节 与公众关系的协调

基本要求：了解旅游交通部门开展公关工作的必要性，掌握旅游交通部门公众的类型及其与公众关系处理的方法

重点和难点：旅游交通部门相关公众的类型及协调

## 第十二章 公共关系专题活动

第一节 公共关系专题活动概述

## 第二节 展览会

## 第三节 新闻发布会

## 第四节 庆典活动

## 第五节 赞助

## 第六节 开放参观

基本要求：了解旅游公共关系专题活动的类型，掌握各种专题活动组织的方式和相关注意事项

重点和难点：掌握各种专题活动组织的方式和相关注意事项

## 第十三章 公共关系礼仪

### 第一节 公共关系礼仪概述

### 第二节 日常交往的礼仪

### 第三节 公共场合的礼仪

基本要求：了解公关礼仪的一般要求，掌握旅游公关从业人员日常交往礼仪和公共场合礼仪的具体要求

重点和难点：掌握握手、致意、问候、出行、交谈、电话及拜访、会议等具体礼仪。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 绪论	3			
2	第二章 旅游业公共关系的主体	3			
3	第三章 旅游公共关系的客体	3			
4	第四章 旅游公共关系的传播	4			
5	第五章 旅游公共关系调查	4			
6	第六章 旅游公共关系策划	5			
7	第七章 旅游危机管理	5			
8	第八章 旅游饭店公共关系	3			
9	第九章 旅行社公共关系	3			
10	第十章 旅游景区公共关系	3			
11	第十一章 旅游交通公共关系	3			
12	第十二章 公共关系专题活动	3			
13	第十三章 公共关系礼仪	3			
14	复习、答疑	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，平时成绩占 30%，期末成绩占 70%

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论、管理学、旅游经济学、旅游心理学、旅游市场营销、中国旅游资源、导游业务、旅游法规、旅游礼仪

后续课程和教学环节：专业实习

平行开设课程和教学环节：旅游开发与规划、旅游业质量管理体系

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

李晓. 旅游公共关系学（第二版）. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 李敏, 杨艳华, 武燕玲, 等. 旅游公共关系学（第二版）. 西南财经大学出版社.
2. 杜炜. 旅游业公共关系理论与实务. 旅游教育出版社.

制订人：黎宏宝

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游市场营销》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing for Tourism

课程代码: BU241311

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅游市场营销学是旅游管理专业的一门核心必修课。它的研究对象是旅游者、旅游业、旅游产品之间的相互关系和发展、变化的规律,以及旅游活动过程中市场营销原理与方法的具体应用。

它以旅游产品和旅游市场营销发展的实践为基础,从观念、战略和策略三个角度阐明旅游市场营销的基本问题;并进一步围绕旅游企业从制定市场战略规划、市场营销计划方案到实施和监控的整个市场营销活动过程,阐述其组织、计划、实施与控制过程。

在教学方式上,注重案例教学,培养学生形成正确的思维方式和动手能力,激发学生从事旅游营销学习和研究的兴趣。通过本课程的学习,培养学生了解和掌握旅游市场营销学科的基本理论,了解和掌握旅游市场营销过程中各要素之间的相互关系,为分析、从事旅游市场营销活动打下坚实的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 绪论: 旅游市场营销基本问题

##### 第一节 旅游服务、旅游业与市场营销

##### 第二节 旅游营销市场和市场行为: 需求分析

##### 第三节 旅游营销管理

重点难点: 本章的重点学生掌握旅游市场营销的相关概念,及旅游市场营销的特点、功能及结构等知识,难点在于学生能否熟练掌握重点内容。

## 第二章 营销观念：旅游营销导向与抉择

### 第一节 经营观念演进与变革

### 第二节 导入新理念：旅游营销创新与发展

### 第三节 营销伦理：理性、良知与社会责任

重点难点：本章的重点学生掌握旅游市场营销理念的演进过程，难点在于学生能否熟练掌握营销理念演进的原因以及旅游业市场营销的独特性。

## 第三章 营销战略：旅游战略规划与环境探查

### 第一节 营销战略与旅游战略规划

### 第二节 一项基础工作：旅游信息搜集与营销调研

### 第三节 环境扫描：机会与威胁

重点难点：本章的重点学生掌握旅游市场调研的目的和方法以及 swot 矩阵分析法，难点在于学生能否熟练掌握调研方法及数据处理的思路。

## 第四章 营销战略：旅游市场分割、优选与定位

### 第一节 旅游市场：分割与甄别

### 第二节 旅游目标市场优选

### 第三节 优势竞争：旅游产品市场定位

### 第四节 旅游市场竞争：竞争者分析与竞争战略选择

重点难点：本章的重点学生掌握旅游市场细分、优选和定位的相关概念与方法，难点在于学生能否熟练掌握重点内容。

## 第五章 营销策略：旅游产品规划与开发

### 第一节 旅游整体产品与产品规划

### 第二节 旅游新产品开发

### 第三节 品牌策略：旅游品牌与品牌营销

重点难点：本章的重点学生掌握旅游产品开发与规划的相关概念及步骤、旅游产品品牌建设及营销，难点在于学生能否熟练掌握旅游产品规划的内容和步骤。

## 第六章 营销策略：旅游产品价格

### 第一节 旅游产品的一般定价与特殊定价

### 第二节 旅游产品价格调整

重点难点：本章的重点学生掌握旅游产品定价的方法、策略及优劣，难点在于学生能否熟练掌握在不同的市场态势和不同的产品生命周期阶段采取合适的定价方法与策略。

## 第七章 营销策略：旅游产品分销

## 第一节 分销渠道、渠道设计与评估

### 第二节 与旅游营销相关的物流

重点难点：本章的重点学生掌握旅游市场渠道的相关概念、设计及评估。难点在于学生能否熟练掌握水平渠道、垂直渠道和混合渠道的优劣。

## 第八章 营销策略：旅游促销

### 第一节 产品促销：旅游信息沟通与促销策略

### 第二节 促销组合：旅游人员推销与推销管理

### 第三节 促销组合：旅游广告设计与策略

### 第四节 促销组合：旅游营业推广策略选择

### 第五节 促销组合：旅游公共关系

重点难点：本章的重点学生掌握旅游产品促销与促销组合的相关概念及方法，难点在于学生能否熟练掌握重点内容，建立正确的促销观念。

## 第九章 旅游营销策划与营销控制

### 第一节 旅游营销策划：要素、程序与表述

### 第二节 旅游营销控制

重点难点：本章的重点学生掌握旅游市场营销策划的步骤、要素与营销控制，难点在于学生能否熟练掌握旅游营销控制。

## 第十章 旅游企业客户关系管理

### 第一节 旅游企业客户关系管理与市场营销的关系

### 第二节 旅游客户关系管理基本概念和方法

### 第三节 旅游客户关系管理实例：酒店、旅行社和景区

重点难点：本章的重点在于学生掌握旅游市场营销与旅游客户关系管理中多组相对应概念的异同，难点在于学生能否熟练掌握重点内容。

## 第十一章 旅游目的地营销：产品、市场开发

### 第一节 旅游目的地与目的地营销

### 第二节 旅游企业：目的地营销管理

### 第三节 政府与旅游目的地营销

重点难点：本章的重点学生掌握旅游目的地营销的相关概念及原则，难点在于学生能否熟练掌握企业、政府在目的地营销中的不同视角。

## 第十二章 国际旅游市场营销

### 第一节 国际旅游与国际旅游营销管理

### 第二节 入境与出境旅游市场：分析与开发

重点难点：本章的重点学生掌握国际旅游市场营销的特点、功能及结构等知识，难点在于学生能否熟练掌握重点内容。

### 第十三章 旅游网络营销：技术创新

#### 第一节 网络营销与旅游业发展

#### 第二节 旅游企业网站建设与网络系统

#### 第三节 网络新技术与旅游营销线上线下协同新战略

重点难点：本章的重点学生掌握旅游市场网络营销的相关概念，及旅游市场网络营销的特点、功能及结构等知识，难点在于学生能否熟练掌握旅游网站建设的技术内容。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 绪论：旅游市场营销基本问题	6			
2	第二章 营销观念：旅游营销导向与抉择	3			
3	第三章 营销战略：旅游战略规划与环境探查	3			
4	第四章 营销战略：旅游市场分割、优选与定位	6			
5	第五章 营销策略：旅游产品规划与开发	3			
6	第六章 营销策略：旅游产品价格	3			
7	第七章 营销策略：旅游产品分销	3			
8	第八章 营销策略：旅游促销	6			
9	第九章 旅游营销策划与营销控制	2			
10	第十章 旅游企业客户关系管理	2			
11	第十一章 旅游目的地营销：产品、市场开发	3			
12	第十二章 国际旅游市场营销	2			
13	第十三章 旅游网络营销：技术创新	3			
14	复习与考察				3
合计		45			3
		45			3

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，期末考核占总成绩的 70%，平时成绩由出勤率、作业、提问

组成，占总成绩的 30%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、旅游公共关系学

后续课程和教学环节：旅游消费者行为学

平行开设课程和教学环节：旅行社管理、景区景点管理、餐饮管理、休闲旅游学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

王仲君. 旅游市场营销实用教程. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 菲利普·科特勒，加里·阿姆斯特朗等著，楼尊译. 市场营销原理. 人民大学出版社.

2. 马勇. 旅游市场营销. 东北财经大学出版社.

3. 吴建安，聂元昆. 市场营销学. 高等教育出版社.

4. 李伟清，贺学良，李菊霞，等. 酒店市场营销与实务. 上海交通大学出版社.

制订人：李向韬

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅行社管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Management of Travel Agency

课程代码: BU241313

课程类别: 核心必修

学时: 48

学分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅行社管理是旅游管理专业必修课程之一,是一门系统阐述旅行社经营管理基本理论和方法的综合性应用学科。学科融理论与实践于一体,在保持对既有旅行社经营与管理的理论成果的研究外,更讲求与实际应用的结合。旅行社的经营和管理在实际运作中需得到旅行社内部和外部各方面的通力协作,如旅行社的设立、产品的开发与设计;旅行社采购管理、营销管理、接待管理;旅行社的人力资源管理、旅游电子商务等。

通过本课程的学习,要达到两个不同层面的教学目的:一方面使学生能较全面、系统理解旅行社管理的基本理论框架,掌握基本和通用的知识要点,从而能高屋建瓴地指导后续的实践运作;另一方面,即从加深对知识要点的理解基础上,熟练使用旅行社教学软件,掌握旅行社管理涉及的各项业务环节,如计调管理、接团、发团管理、产品定价和报价、供应商管理、销售和促销、财务管理、人事管理等实务能力。为学生毕业后能从事旅行社的门市接待、计调、销售、采购、财务、人事、电子商务等业务管理工作奠定基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 旅行社与管理概述

##### 第一节 旅行社的产生与发展

##### 第二节 旅行社的管理与管理者

##### 第三节 旅行社业务类型与行业特点

基本要求：掌握旅行社的性质、地位与作用以及旅行社管理的基本知识；熟悉旅行社的基本业务；了解旅行社的产生的必然性与发展历程；熟悉国内外旅行社分工体系、分类制度及典型代表国家。

重点和难点：掌握旅行社的性质、职能及旅行社不同产品的分类和业务类型；国外对旅游中间商的分类（旅游经营商、旅游批发商、零售代理商）；旅行社产品构成的各个层次（核心产品、形式产品、延伸产品）

## 第二章 旅行社设立与组织结构

### 第一节 旅行社设立的条件和程序

### 第二节 旅行社的组织结构

### 第三节 旅行社的行业组织

基本要求：熟悉旅行社设立的流程和不同组织结构的设计特点；了解我国旅行社及其分支机构、网点的设立条件；熟悉旅行社组织结构设计的基本要求；了解目前国内外旅行社的行业组织。

重点和难点：掌握旅行社设立的程序、组织结构设计的类型和特点

## 第三章 旅行社产品设计与开发

### 第一节 旅行社产品概述

### 第二节 旅行社产品设计与开发

### 第三节 旅行社特种旅游产品的设计与开发

基本要求：掌握旅行社产品的内涵、概念及旅行社产品的开发程序；熟悉旅行社产品开发的原理与方法；了解影响产品开发的因素；掌握旅行社服务各要素采购的内涵和任务。

重点和难点：掌握旅行社服务各要素采购的内涵和任务、设计不同类型的旅游线路。

## 第四章 旅行社的采购管理

### 第一节 旅行社服务采购概述

### 第二节 旅行社服务采购的策略

### 第三节 旅行社服务采购的程序

### 第四节 旅行社旅游服务采购管理

基本要求：了解旅行社服务采购的内容；掌握旅行社服务采购的策略和程序；熟悉供应商管理的要求。

重点和难点：掌握旅行社服务采购的不同策略

## 第五章 旅行社的营销管理

### 第一节 旅行社市场的细分

### 第二节 旅行社目标市场的选择

### 第三节 旅行社的价格策略

#### 第四节 旅行社的营销渠道策略

#### 第五节 旅行社的促销策略

#### 第六节 旅行社的品牌策略

基本要求：熟悉旅行社市场细分和目标市场定位的不同依据，掌握旅行社产品价格的概念和线路报价的计算方法；熟悉旅行社的销售策略和售后服务常用方式；了解旅行社产品价格制定的影响因素。了解旅行社产品销售时常用的促销策略和方式；熟悉产品促销流程和旅行社产品促销预算的不同计算方式；掌握旅行社产品促销要素（即广告、人员推销、公共关系、销售推广、直接营销和现场传播）各自的特点及适用范围；了解有关评估促销效果的方法及其改进措施。

重点和难点：旅行社产品促销要素的特点和适用范围；旅行社产品促销渠道和方法的确定；旅行社产品线路报价的计算方法

### 第六章 旅行社的接待管理

#### 第一节 旅行社接待人员的管理

#### 第二节 旅游团队接待工作的管理

#### 第三节 旅行社散客接待工作的管理

基本要求：掌握旅行社接待业务的类型与特点；熟悉导游和导游业务的不同分类；了解对旅行社接待人员（导游人员和后勤人员）的管理；掌握对旅游接待流程的管理；熟悉接待过程中各类事件产生处理方法。

重点和难点：旅行社接待业务的具体流程及管理；接待过程中各类事件产生处理方法

### 第七章 旅行社的发团管理

#### 第一节 发团的概述

#### 第二节 选择理想的地接社

#### 第三节 旅行社发团作业流程

基本要求：了解旅行社发团的基本概念；熟悉选择地接社的基本要求。掌握旅行社发团作业的基本流程。

重点和难点：旅行社发团的各操作环节

### 第八章 旅行社人力资源管理

#### 第一节 旅行社人力资源管理概述

#### 第二节 旅行社员工的选聘

#### 第三节 旅行社员工的培训

#### 第四节 旅行社的绩效考评与薪酬管理

基本要求：掌握旅行社旅行社员工选聘和甄选的基本方法和流程；熟悉旅行社员工培训的要求和基本方法；掌握旅行社绩效考评的依据、内容和薪酬管理。

重点和难点：旅行社选聘员工的技术方法；旅行社员工培训需求分析和培训方式；旅行社员工绩效考评效度的把握

## 第九章 信息技术与旅行社管理

第一节 信息技术的应用对旅行社的影响

第二节 旅游电子商务与旅行社的发展

第三节 旅行社网络化经营的对策

基本要求：了解信息化技术对旅行社发展的要求；熟悉旅游电子商务的基本内容；了解旅行社网络化经营的对策。

重点和难点：旅游业及其分销系统的商务体系（B2B, B2E, B2C, C2B 等）

## 第十章 旅行社发展的展望

第一节 影响旅行社发展的因素

第二节 我国旅行社发展中存在的问题

第三节 发达国家旅行社产业的现状与发展趋势

第四节 旅行社业的发展趋势

基本要求：了解影响旅行社发展的因素、目前我国旅行社发展中存在的问题；熟悉国内外旅行社业的未来发展趋势。

重点和难点：对目前我国旅行社发展中存在的主要问题分析，预测未来国内外旅行社业的发展。

### （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 旅行社与管理概述	3			
2	第二章 旅行社设立与组织结构	3		2	
3	第三章 旅行社产品设计与开发	6		3	
4	第四章 旅行社的采购管理	3		2	
5	第五章 旅行社的营销管理	3		3	
6	第六章 旅行社的接待管理	3		1	
7	第七章 旅行社的发团管理	3		3	
8	第八章 旅行社人力资源管理	3		1	
9	第九章 信息技术与旅行社管理	3			
10	第十章 旅行社发展的展望	2			
11	复习、答疑	1			
合计		33		15	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

#### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU24131301	创建旅行社、人力资源管理	3	必修	综合	1	
BU24131302	产品开发	3	必修	综合	1	
BU24131303	线路设计	3	必修	综合	1	
BU24131304	计调采购	3	必修	综合	1	
BU24131305	产品定价、报价、销售与促销	3	必修	综合	1	

### 四、相关说明

#### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为平时成绩（占总成绩的15%）、上机成绩（占总成绩的15%）和期末考试成绩（占总成绩的70%）相结合。

#### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论、管理学、中国旅游资源、旅游法规、财务管理、导游业务

后续课程和教学环节：旅游业质量管理体系、旅游开发与规划、景区景区管理、旅游公共关系学

平行开设课程和教学环节：旅游市场营销、旅游心理学、旅游经济学、中国旅游文化

### 五、教材和主要参考书目

#### （一）教材

于德珍. 旅行社经营管理实务. 南开大学出版社.

#### （二）主要参考书目

1. 国家旅游局人事劳动教育司编. 旅行社经营管理（第二版）. 旅游教育出版社.
2. 郑向敏. 旅行社经营实务. 上海交通大学出版社.
3. 刘晓杰, 常永翔. 旅行社经营与管理. 旅游教育出版社.
4. 李宏, 杜江. 旅行社经营与管理（第二版）. 南开大学出版社.

制订人：黎宏宝

审核人：邢夫敏

审定人：余晓红

# 《物流设施与设备》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics Facilities and Equipments

课程代码: BU241401

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

物流设施与设备(Logistics Facilities and Equipments)是物流管理专业学生的一门专业基础课。通过本课程的学习,学生能够了解物流装备技术的基础理论知识和系统理论,掌握常见的物流装备,如输送设备、起重设备、装卸搬运设备的类型、特点及技术参数的选择。并能够根据所学的知识在实际的工作中进行合理的设备配置及选择,具备一定的实际应用能力,为后继课程奠定较扎实的基础。

物流设施与设备课程的基本要求:

1. 掌握物流设施的规划方法;
2. 熟练掌握常见的物流装备特点、技术性能及技术参数的选择;
3. 了解物流装备技术的基础理论知识和系统理论。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 物流设施与设备概述

第一节 物流设施与设备的分类和应用

第二节 物流设施与设备的作用和发展趋势

第三节 物流设备的配置与管理

重点: 了解物流设施与设备的发展历史、分类和与物流设备相关的基本概念。

难点: 掌握物流设施与设备的选取原则。

#### 第二章 公路运输设施与设备

第一节 公路运输概述

## 第二节 公路运输设施

### 第三节 公路运输车辆

### 第四节 公路运输设施与设备的运用与管理

重点：公路运输设施和设备的发展及其基本分类方法。

难点：掌握公路运输设施与设备的主要功能。

## 第三章 铁路运输设施与设备

### 第一节 铁路运输概述

### 第二节 铁路运输技术设施

### 第三节 铁路运载设备

重点：铁路运输设施和设备的发展及其基本分类方法。

难点：掌握铁路运输设施与设备的主要功能。

## 第四章 水路运输设施与设备

### 第一节 水路运输概述

### 第二节 水路运输技术设施

### 第三节 水路运输运载工具

重点：水路运输设施和设备的发展及其基本分类方法。

难点：掌握水路运输设施与设备的主要功能。

## 第五章 航空运输设施与设备

### 第一节 航空运输概述

### 第二节 航空运输技术设施

### 第三节 航空运输运载工具

### 第四节 航空集装箱运输设备

重点：航空运输设施和设备的发展及其基本分类方法。

难点：掌握航空运输设施与设备的主要功能。

## 第六章 管道运输设施

### 第一节 管道运输概述

### 第二节 管道输送设施

重点：管道运输设施和设备的发展及其基本分类方法。

难点：掌握管道运输设施与设备的主要功能。

## 第七章 起重机械

### 第一节 起重机械概述

### 第二节 轻小型起重设备

### 第三节 桥式起重机

### 第四节 门式起重机

### 第五节 臂架类起重机

### 第六节 起重机械的主要属具

### 第七节 起重机械的配置与选择

重点：掌握起重机械的特点、类型、功能及其选型和使用。

难点：理解起重设备工作原理和技术参数。

## 第八章 集装箱装卸搬运设备

### 第一节 集装箱装卸搬运设备概述

### 第二节 集装箱基本知识

### 第三节 集装箱装卸搬运吊具

### 第四节 集装箱装卸搬运设备

### 第五节 集装箱前沿码头机械的主要技术参数

### 第六节 集装单元装卸搬运机械的配置

重点：掌握集装箱装卸搬运设备的类型和机械配置。

难点：理解集装箱的分类及其装卸搬运设备的技术参数。

## 第九章 连续输送设备

### 第一节 连续输送设备概述

### 第二节 带式输送机

### 第三节 链式输送机

### 第四节 辊道式输送机

### 第五节 螺旋输送机

### 第六节 斗式提升机

### 第七节 其他连续输送设备

### 第八节 连续输送设备的选择与管理

重点：掌握输送设备类型、特点及其选型。

难点：理解输送设备的基本原理和技术参数。

## 第十章 搬运车辆

### 第一节 搬运车辆概述

### 第二节 手推车

### 第三节 搬运车

### 第四节 叉车

## 第五节 自动导引小车

## 第六节 搬运车辆的配置、选择与管理

重点：掌握搬运车辆类型、特点及其选型。

难点：理解搬运车辆的基本原理和技术参数。

基本要求：掌握常见的搬运车辆的类型及应用。了解搬运车辆的技术参数。

## 第十一章 储存设备

### 第一节 储存设备概述

### 第二节 物流容器与物流容器标准化

### 第三节 托盘与托盘标准化

### 第四节 仓储货物的集装单元化

### 第五节 仓储货架技术

### 第六节 自动化立体仓库的概念及类型

### 第七节 储存设备的选用

重点：掌握存储设备的类别、特点和选用。

难点：理解存储设备的发展和技术参数。

## 第十二章 垂直提升机械

### 第一节 载货电梯

### 第二节 液压升降机

### 第三节 板条式提升机

### 第四节 堆垛机械

### 第五节 装卸堆垛机器人

重点：掌握垂直提升机械的类型及应用。

难点：理解垂直提升机械的工作原理和技术参数。

## 第十三章 分拣机械

### 第一节 分拣机械概述

### 第二节 分拣机械的基本构成与工作过程

### 第三节 分拣机械的主要类型

### 第四节 分拣机械的选型

重点：掌握分拣机械的主要组成部分、类型及选型策略。

难点：理解分拣技术的发展历程和各种分拣机械的性能。

## 第十四章 流通加工设备

### 第一节 流通加工概述

## 第二节 包装机械

## 第三节 其他流通加工机械

重点：掌握流通加工设备的分类和用途。

难点：理解流通加工设备的性能。

## 第十五章 物流信息技术设备

### 第一节 条形码技术设备

### 第二节 射频技术设备

### 第三节 GPS 和 GIS 设施与设备

### 第四节 通信与网络技术设备

重点：掌握条形码、射频设备的性能和用途。

难点：理解物流信息与电子设备的基本发展思路。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	物流设施与设备概述	2			
2	公路运输设施与设备	3			
3	铁路运输设施与设备	2			
4	水路运输设施与设备	3			
5	航空运输设施与设备	3			
6	管道运输设施	2			
7	起重机械	2			
8	集装箱装卸搬运设备	3			
9	连续输送设备	2		3	
10	搬运车辆	2		3	
11	储存设备	3		3	
12	垂直提升机械	2			
13	分拣机械	3		3	
14	流通加工设备	2			
15	物流信息技术设备	2			
合计		36		12	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	物流搬运系统中设施与设备的仿真设置	6		
2	配送中心拣选中的设施与设备仿真设置	6		

### 四、相关说明

#### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属于考试课，考核方式采用笔试方式。平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

#### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、物流学

后续课程和教学环节：物流管理信息技术、仓储管理与库存控制、物流工程

平行开设课程和教学环节：物流管理优化方法、电子商务

### 五、教材和主要参考书目

#### （一）教材

张弦. 物流设施与设备. 复旦大学出版社.

#### （二）主要参考书目

1. 刘廷新, 何民爱. 物流设施与设备. 高等教育出版社.
2. 于汶艳. 物流设施与设备. 清华大学出版社.
3. 张弦. 物流设施设备应用与管理. 华中科技大学出版社.
4. 罗松涛. 物流设施与设备. 水利水电出版社.
5. 范钦满. 物流设施与设备. 东南大学出版社.

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《物流经济学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics Economics

课程代码: BU241402

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

本课程是为物流管理专业开设的专业基础课之一。通过本课程的学习,应能引导学生学会根据物流活动和物流业的具体技术经济与体制特点使用经济学基本理论与方法,培养学生发现问题和解决实际问题的能力。本课程主要以物流中的物流业为主要对象,通过课堂教学与多种方式的作业训练,使学生在思想上,能认识到物流经济问题的重要性。

本课程的基本要求:

1. 了解物流业技术经济特点;
2. 掌握对物流经济问题进行判别与分析的基本方法和思路;
3. 能运用物流经济学理论与方法解决有关物流经济问题

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 物流经济概论

##### 第一节 物流概述

##### 第二节 物流效应

##### 第三节 不同物流发展阶段与经济关注度的对应关系

##### 第四节 物流经济学的概念和研究对象

基本要求: 理解物流活动的普遍性和重要性,物流概念的发展过程,不同阶段的经济关注度,物流经济学的概念和研究对象

#### 第二章 物流经济分析的基本方法

### 第一节 物流价值理论

### 第二节 物流投资决策分析

### 第三节 物流经营决策分析

### 第四节 物流风险决策分析

基本要求：理解物流价值理论，掌握物流的决策分析方法，计算模型的构建等

## 第三章 物流市场的供求平衡与价格

### 第一节 物流市场

### 第二节 物流市场需求

### 第三节 物流供给

### 第四节 影响物流需求与供给的因素

### 第五节 物流供需平衡理论

### 第六节 物流服务价格原理

基本要求：理解物流活动的普遍性和重要性，物流需求是一种由其他经济或社会活动派生出来的需求，了解物流需求函数（或曲线）在理论上可以通过商品产地的供给函数和销售地的需求函数（或曲线）推导出来，了解物流需求以及物流市场上的供求均衡的复杂性。理解货运总需求与经济增长的关系，以及不同物流方式在货运市场上的份额的变化规律，掌握建立物流需求模型，预测未来的物流需求水平，学会通过弹性公式计算和分析物流需求的价格弹性或交叉弹性，了解货运需求的其他影响因素。

## 第四章 物流成本构成与计算

### 第一节 物流成本管理

### 第二节 物流成本构成及其特点

### 第三节 物流方案设计与物流成本

### 第四节 物流成本的计算方法

### 第五节 物流成本分析

### 第六节 物流成本控制理论与方法

### 第七节 物流成本决策

基本要求：理解物流成本计算的原理，掌握计算物流成本的方法，会分析、控制、决策的基础模型构建。

## 第五章 运输活动经济分析

### 第一节 运输流程分析

### 第二节 运输生产组织

### 第三节 运输成本分析

### 第四节 降低运输成本的方法与措施

### 第五节 运输效果分析

基本要求：理解运输的流程，不同类型的运输方式对应得生产组织，掌握运输成本分析，与控制方法，掌握运输的经济效果分析

## 第六章 仓储经济活动分析

### 第一节 仓储活动的作用及分类

### 第二节 仓储活动的作业流程

### 第三节 仓储设施设备配置

### 第四节 仓储活动成本分析

### 第五节 仓储活动成本控制

### 第六节 仓储活动收益分析

基本要求：理解仓储活动的作业流程与设备配置，掌握仓储活动的成本计算，控制和效果分析

## 第七章 配送活动经济分析

### 第一节 配送活动在物流中的作用

### 第二节 配送活动流程分析

### 第三节 配送活动流程及经济分析

### 第四节 配送活动成本分析

### 第五节 配送活动成本控制

### 第六节 配送效果分析

基本要求：理解配送活动的作业流程与设备配置，掌握配送活动的成本计算，控制和效果分析

## 第八章 装卸搬运活动经济分析

### 第一节 装卸搬运在物流生产中的地位

### 第二节 装卸搬运作业流程

### 第三节 装卸搬运成本

### 第四节 装卸搬运效益分析

基本要求：理解装卸搬运活动的作业流程与设备配置，掌握装卸搬运活动的成本计算，控制和效果分析

## 第九章 包装加工经济分析

### 第一节 包装加工与其他物流功能的衔接

## 第二节 包装成本的构成与计算

## 第三节 流通加工成本的构成与计算

## 第四节 包装加工的经济活动分析

基本要求：理解包装加工活动的作业流程与设备配置，掌握包装加工活动的成本计算，控制和效果分析

## 第十章 物流设备效果分析

### 第一节 物流设备的类型与特点

### 第二节 物流设备使用效率的表示方法与计算

### 第三节 影响物流设备使用效率的因素

### 第四节 物流设备使用效果评价理论与方法

### 第五节 提高物流设备的使用效率的途径

基本要求：了解物流设备的类型，掌握使用效率的计算，设备使用效果评价的理论与方法。

## 第十一章 物流绩效评价

### 第一节 物流绩效评价概述

### 第二节 绩效评价技术

### 第三节 绩效评价方法

### 第四节 物流绩效评价指标体系

### 第五节 物流绩效评价步骤

基本要求：了解物流绩效的含义，掌握物流绩效的计算、评价的技术与方法。

## 第十二章 物流企业经营效果分析

### 第一节 物流经济活动效果的内涵

### 第二节 物流企业的经营收入

### 第三节 影响物流企业收入的因素分析

### 第四节 物流活动的本量利分析

### 第五节 提高物流企业经济效益的措施

基本要求：掌握物流企业的经营效果的分析，影响的因素，提高经济效益的措施等。

## 第十三章 物流创新效益分析

### 第一节 创新与创新效益

### 第二节 创新效益评价

### 第三节 物流创新的内涵与形式

第四节 物流创新效益的实现方式

第五节 物流创新效益的实现手段

第六节 物流创新效益的计算方法

基本要求：理解物流创新的内涵，掌握物流创新的实现方法、手段，物流创新效益的计算等。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	物流经济概述	2			
2	物流经济分析的基本方法	4			
3	物流市场的供需平衡与价格	2			
4	物流成本构成与计算	2			
5	运输活动经济分析	2			
6	仓储活动经济分析	2			
7	配送活动经济分析	2			
8	装卸搬运活动经济分析	2			
9	包装加工经济分析	2			
10	物流设备使用效果分析	2			
11	物流绩效评价	2			
12	物流企业经营效果分析	2			
13	物流企业创新效益分析	2			
14	复习	2			
15	考查	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属于考试课，考核方式采用笔试方式。平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

荣朝和. 西方物流经济学（第二版）. 经济科学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 管楚度. 新视域物流经济学. 人民交通出版社.
2. 严作人, 张戎. 物流经济学. 人民交通出版社.
3. 赵锡铎. 物流经济学. 大连海事大学出版社.
4. 贻龙, 邵振一. 物流经济学. 人民交通出版社.

制订人：傅永华

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《物流管理信息技术》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Information Technologies of Logistics Management

课程代码: BU241403

课程类别: 核心必修课

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

**教学目标:** 物流信息技术是物流管理专业的一门核心必修课程,其学习任务是:学习物流信息的基本理论及信息技术在物流中的应用,达到能够掌握物流信息的常用技术的目的。

**教学要求:** 通过本课程的学习,使得学生了解物流信息系统的构成及功能,掌握条形码、电子数据交换(EDI)、电子订货系统(EOS)、地理信息系统(GIS)、全球定位系统(GPS)等信息技术在物流中的应用技能。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 物流信息技术概论

##### 第一节 信息与物流信息

##### 第二节 物流信息技术

##### 第三节 物流信息化现状及发展趋势

**基本要求:** 知晓何为物流信息技术,信息与物流信息之间的区别和联系。了解国内外物流发展状况以及未来的发展趋势,通过此章学习建立对于物流信息技术学习整体框架的构建和引发学习兴趣。

#### 第二章 信息技术基础

##### 第一节 计算机发展概述

##### 第二节 计算机网络拓扑结构

##### 第三节 数据

#### 第四节 硬件基础

#### 第五节 软件基础

**基本要求：**了解计算机的发展，计算机系统的内外部结构，熟悉其构成，理解数据传递的过程以及软件和硬件基础。

### 第三章 物流条码技术

#### 第一节 条码技术概述

#### 第二节 物流条码的标准体系

#### 第三节 二维条码

#### 第四节 物流条码的识别技术

#### 第五节 物流条码技术的应用

**基本要求：**掌握何为条码技术，条码技术的体系是什么以及为什么会产生此项技术，了解二维条码的应用以及识别技术，物流二维码和普通二维码的区别与联系。

### 第四章 射频识别技术

#### 第一节 射频识别技术概述

#### 第二节 射频识别技术基础

#### 第三节 射频识别技术分类

#### 第四节 射频识别技术的应用

**基本要求：**理解射频识别是一种无线通信技术，可以通过无线电信号识别特定目标并读写相关数据，而无需识别系统与特定目标之间建立机械或者光学接触以及其适用的领域和大致分类情况，现实生活中的实际运用。

### 第五章 物流 EDI 技术

#### 第一节 物流 EDI 概述

#### 第二节 EDI 系统结构

#### 第三节 EDI 与 Internet

#### 第四节 EID 技术在物流行业中的应用

**基本要求：**了解 EDI 技术是什么，为什么要使用 EDI 技术，EDI 技术与 Internet 之间有什么联系以及在物流行业的具体应用。

### 第六章 GPS 与 GIS 技术

#### 第一节 GPS 概述

#### 第二节 GPS 的工作原理

#### 第三节 GPS 在货物运输系统中的应用

#### 第四节 网络 GPS 在物流中的应用

## 第五节 GIS 概述

## 第六节 GIS 在物流系统中的应用

**基本要求:** 清晰 GPS 和 GIS 是什么和工作原理, GPS 在运输管理系统和网络 GPS 在物流系统中的实际应用以及两项技术对于物流行业的影响力。

## 第七章 电子订货系统 (EOS)

### 第一节 电子订货系统概述

### 第二节 电子订货系统工作流程

### 第三节 电子订货系统与物流

### 第四节 POS 系统

### 第五节 电子订货系统的发展趋势

**基本要求:** 知道什么是电子订货系统, 会对此系统进行操作, 电子订货系统对于物流有哪些帮助, 销售时点系统对于生活有哪些帮助。

## 第八章 物流系统自动化技术

### 第一节 物流自动化概述

### 第二节 物流自动化及其相关设施设备

### 第三节 自动导向车系统及其应用

**基本要求:** 了解物流系统自动化技术, 以及其相关设备的运作情况, 自动导向车系统的综合运用和发展方向、应用领域。

## 第九章 物联网技术

### 第一节 物联网技术概述

### 第二节 互联网与物联网

### 第三节 物联网技术基础

### 第四节 物联网中的数据库

### 第五节 云计算技术

### 第六节 搜索引擎

### 第七节 物联网中的智能决策

### 第八节 物联网的综合应用

**基本要求:** 理解物联网技术和互联网技术的区别与联系, 物联网技术的数据库应用, 云计算适用的范围和领域, 如何使用物联网技术进行决策, 以及其综合的利用情况。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 物流信息技术概述	2			
2	第二章 信息技术基础	2			
3	第三章 物流条码技术	6			
4	第四章 射频识别技术	2			
5	第五章 物流 EDI 技术	2			
6	第六章 GPS 与 GIS 技术	6			
7	第七章 电子订货系统	2			
8	第八章 物流系统自动化技术	4			
9	第九章 物联网技术	6			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属于考试课,考核方式采用笔试方式。平时成绩占 30%,期末成绩占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节: 物流学 A、管理学、物流设施与设备

后续课程和教学环节: 物流系统规划与设计

平行开设课程和教学环节: 管理信息系统

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

邵举平.物流管理信息系统.清华大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 王晓平. 物流信息技术. 清华大学出版社.

2. 翁丽贞. 物流信息技术. 化学工业出版社.

3. 吴忠, 张磊. 物流信息技术. 清华大学出版社.

制订人: 王佳

审核人: 徐国泉

审定人: 余晓红

# 《采购管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Purchasing Management

课程代码: BU241405

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

采购管理是物流管理专业的专业必修课,其任务是通过本课程的学习,使学生全面了解采购的基础知识、采购模式、成本分析技术、供应商管理方法、以及企业内部的采购管理策略。完成本课程学习后,学生应达到以下要求:

- 1、正确掌握整个采购流程、采购物品分类和采购模式
- 2、能够运用所学知识分析和解决采购过程中的一些简单问题
- 3、掌握采购需求的计算方法,采购成本控制方法等

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 采购认知

##### 第一节 采购相关基本概念

##### 第二节 采购管理原则

重点: 采购不同表达术语的含义和区别

难点: 采购概念内涵、外延

#### 第二章 采购组织设计

##### 第一节 采购组织类型

##### 第二节 采购组织结构设计

##### 第三节 采购组织团队建设

重点: 了解采购组织常见类型以及它们各自的优缺点;采购组织团队的建设方法。

难点: 采购组织类型识别

### 第三章 采购模式的选择

#### 第一节 采购模式的类型

#### 第二节 采购模式的选择

重点：不同采购模式的优缺点；订货点采购模式的方法；JIT 采购模式；采购模式的适用范围。

难点：采购模式选用原则

### 第四章 采购价格与成本控制

#### 第一节 采购价格

#### 第二节 供应商定价

#### 第三节 采购成本控制

重点：采购价格种类，影响采购价格的因素，供应商定价目标和定价方法，采购成本构成，影响采购成本因素。

难点：采购成本控制方法

### 第五章 供应商管理

#### 第一节 供应商调查与开发

#### 第二节 供应商选择与评价

#### 第三节 供应商关系管理

重点：供应商调查方法和步骤；供应商选择标准和方法；供应商关系管理概念。

难点：供应商选择标准的制定与修改。

### 第六章 采购战略管理

#### 第一节 供应市场分析

#### 第二节 采购战略制定

#### 第三节 采购战略决策

重点：供应市场结构及其采购特征，供应市场分析层次和方法，一般物品采购战略，细分物品采购战略，采购战略决策原则和影响因素

难点：自制或外包决策

### 第七章 采购绩效评估

#### 第一节 采购绩效评估的指标与标准

#### 第二节 采购绩效评估的方式与方法

重点：采购绩效评估的概念与目的；采购绩效评估指标体系的设定；采购绩效评估法类型。

难点：采购绩效评估指标体系设定

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 采购认知	4	0	0	
2	第二章 采购组织设计	6	0	3	
3	第三章 采购模式的选择	4	0	3	
4	第四章 采购价格与成本控制	8	0	3	
5	第五章 供应商管理	4	0	3	
6	第六章 采购战略管理	4	0	0	
7	第七章 采购绩效评估	6	0	0	
合计		36	0	12	
		48			

## (三) 实验、上机相关内容

### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	采购与供应链管理	3	0	
2	采购订单管理	3	0	
3	采购与生产计划协调	3	0	
4	采购流程管理	3	0	

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，总评成绩由平时成绩、上机实习成绩和期末考试成绩三部分构成，这三者各占 20%、20%和 60%。平时成绩由出勤表现、课堂答问和平时作业得出；上机成绩由上机出勤和提交的上机实习报告评定；期末考试采取试卷考核形式。平时、期末成绩以及总评成绩均以百分计。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学，市场营销学

后续课程和教学环节： 供应链管理

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

秦小辉. 采购管理. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 王为人. 供与求的博弈:采购管理案例+分析. 机械工业出版社.

2. 伍蓓. 采购与供应管理. 中国物资出版社.

3. 孙秋菊. 物流采购与配送培训教程. 化学工业出版社.

4. (荷兰) 维尔 (Weele, A. J. ). 采购与供应链管理：分析、战略、计划和执行 (Purchasing and Supply Chain Management: Analysis, Strategy, Planning and Practice) (第五版). 清华大学出版社.

制订人：陈大艳

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《仓储管理与库存控制》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Warehousing Management and Inventory Control

课程代码: BU241406

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

本课程是物流管理专业的专业核心必修课, 是一门介绍仓储业务流程及仓储管理技能的课程, 对物流专业的学生学习仓储知识, 并应用到实践中进行仓储业务操作具有重要的意义, 为学生今后进入物流行业或相关企业从事仓储工作打下坚实的基础。本课程系统地介绍仓储管理的技术手段及理论基础, 包括仓储管理概述、库存管理、库存控制方法、商品入库管理、订单与出库作业管理。本课程包括理论教学和实验两部分构成。

库存控制与仓储管理课程的基本要求:

1. 能掌握仓储管理的基本概念和理论, 熟悉当前仓储管理发展的趋势和特点, 熟练掌握仓储业务的整个操作流程, 能进行入库、在库、 出库的实践操作;
2. 能独立按照客户要求拟订仓储合同; 进行绩效管理等;
3. 可以通过案例、实务、模拟实验等方法, 对库存控制的方法有较为系统的掌握, 同时通过库存控制软件的操作, 熟悉相关库存控制技术。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 仓储管理概述

##### 第一节 仓储概述

##### 第二节 仓储管理的内容及原则

##### 第三节 我国仓储业的发展

基本要求: 掌握仓储的概念、类型及仓储管理的任务和原则, 了解仓储活动的产

生与发展沿革。

## 第二章 库存管理

### 第一节 库存的概念及分类

### 第二节 库存的成本与费用

### 第三节 库存管理方法

基本要求：理解库存管理的涵义、目标及类型；学会传统库存管理的几种常用方法；掌握 MRP 在库存管理中的运用；了解 ERP、零库存方法。

## 第三章 库存控制方法

### 第一节 基本库存控制策略

### 第二节 确定性需求的库存决策模型

### 第三节 随机性需求的库存决策模型

基本要求：掌握基本库存控制策略；掌握确定性需求的库存决策模型，了解随机性需求的库存决策模型。

## 第四章 合同与入库作业管理

### 第一节 仓储合同

### 第二节 商品入库管理

基本要求：掌握仓储保管合同的签订；熟悉商品入库作业流程，掌握商品入库过程的关键作业及问题的解决方法。

## 第五章 订单与出库作业管理

### 第一节 订单管理

### 第二节 出库作业管理

基本要求：学会订单的处理和流转程序；熟悉商品出库作业流程，掌握商品出库过程的关键作业及问题的解决方法。

## 第六章 商品的保管

### 第一节 货位及其编号管理

### 第二节 物品堆码

### 第三节 盘点作业

基本要求：熟悉商品分区分类的原则和方法；学会货位编号和商品编码的基本方法；了解堆码、苫垫的基本要求、形式，学会货垛高度及占地面积的核算。掌握库存商品的检查与盘点的作业流程及问题的处理。

## 第七章 商品的养护

### 第一节 物品的质量变化

## 第二节 影响物品质量变化的因素

### 第三节 物品保养措施

基本要求：掌握物品的质量变化的类型及影响因素，掌握仓库的温湿度管理，商品霉变腐烂与防治；熟悉商品的防虫与防锈；学会食品的储存及危险品的安全储存。

## 第八章 仓储设备

### 第一节 仓储设备概述

### 第二节 存货、取货设备

### 第三节 自动化立体仓库

基本要求：掌握仓库货架系统及装卸搬运设备的主要类型和使用范围，了解计量和分拣设备、自动化立体仓库的系统组成和特点，学会合理、经济地配备仓储生产作业所需的各种设备。

## 第九章 仓库设施规划

### 第一节 物流设施规划

### 第二节 仓库规划概述

### 第三节 仓库选址

### 第四节 仓库库区规划

基本要求：掌握仓库的分类，了解仓库建设规划流程，掌握库场选址的策略、原则、影响因素及简单的仓库选址方法。学会根据市场及企业经营的需要合理规划仓库。

## 第十章 物流标准化与装卸搬运作业

### 第一节 物流标准化

### 第二节 装卸搬运作业

基本要求：理解物流标准化的重要性作用及其内容，掌握现代装卸搬运作业合理组织的方法及设备运用生产率的计算。

## 第十一章 仓库安全管理

### 第一节 仓库消防管理

### 第二节 仓库安全生产管理

基本要求：掌握仓库风险的种类，熟悉风险管理方法在仓库中得运用，掌握仓库火灾的种类和灭火方式，熟悉关于仓库安全生产的规定，了解仓库火灾的保障范围。

## 第十二章 仓储、库存绩效管理

### 第一节 仓储、库存绩效考核

### 第二节 仓储、库存绩效管理

基本要求：了解仓库管理部门的职能，掌握仓库生产绩效管理的内容和方法。

## 第十三章 仓储管理信息技术

### 第一节 条码技术在物流行业及仓储管理中的应用

## 第二节 RFID 技术及其在仓储管理中的应用

### 第三节 仓储管理信息系统

基本要求：掌握条码技术与 RFID 技术的种类及其在仓储管理中的应用，了解仓库管理信息系统的功能和应用。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	仓储管理概述	3			
2	库存管理	3			
3	库存控制方法	6			
4	合同与入库作业管理	3		4	
5	订单与出库作业管理	3		4	
6	商品的保管	3		4	
7	商品的养护	3			
8	仓储设备	1			
9	仓库设施规划	2			
10	物流标准化与装卸搬运作业	3			
11	仓库安全管理	1			
12	仓储、库存绩效管理	1			
13	仓储管理信息技术	1			
14	总复习	3			
合计		36		12	
		48			

#### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	入库流程模拟	3		
2	库内作业模拟	3		
3	出库流程模拟	3		
4	仓储管理流程模拟实验	3		

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属于考试课，考核方式采用笔试。平时成绩占 30%，期末考试成绩占 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学、物流设施与设备、货物学

后续课程和教学环节：运输与配送管理、国际物流

平行开设课程和教学环节：采购管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

金汉信, 王亮, 霍焱, 等. 仓储与库存管理. 重庆大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 刘俐. 现代仓储运作与管理. 北京大学出版社.
2. 郭元萍. 仓储管理与实务. 中国轻工业出版社.
3. 刘莉. 仓储管理实务. 中国物资出版社.
4. 田源. 仓储管理. 机械工业出版社.

制订人：徐国泉

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《运输与配送管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Transportation and Distribution Management

课程代码: BU241407

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

运输与配送管理是物流管理专业的核心必修课,通过本课程的系统学习,使学生全面了解物流运输与配送管理业务中的操作内容、方法和程序等,掌握相关的理论求解方法。以理论为基础,以直接、间接的实践学习为途径,多方面多角度进行相关内容的学习和巩固。

完成本课程学习后,学生应达到以下要求:

- 1、正确理解运输与配送管理中的基本概念和分析方法
- 2、掌握运输规划中的经典求解方法
- 3、掌握分析方法结合实践案例应用

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 运输管理概论

第一节 物流运输的概念与特性

第二节 物流运输的地位和作用

第三节 运输合理化

基本要求:了解物流运输的概念、特性、原则以及基本要素,物流在运输中的先行作用和基础作用,掌握影响运输合理化的要素。

#### 第二章 铁路运输

第一节 铁路运输设备

第二节 铁路运输工作组织

### 第三节 铁路运输能力

基本要求：了解铁路运输的基础设施设备，掌握铁路运输操作内容、基本程序、操作方法以及货物运单的处理事项等。

## 第三章 公路运输

### 第一节 公路

### 第二节 公路运输设备

### 第三节 公路运输组织

### 第四节 道路通行能力

基本要求：了解公路运输的基础设施设备，掌握公路运输操作内容、基本程序、操作方法，了解道路建设条件以及通行能力的标准。

## 第四章 水路运输

### 第一节 水路运输的技术设备

### 第二节 水路运输工作组织

### 第三节 水路运输通过能力

基本要求：了解水路运输系统组成要素以及集装箱海运业务分工，掌握水路运输的经营方式和基本程序，以及货物托运与交接过程中的注意事项等。

## 第五章 航空运输

### 第一节 飞机和机场

### 第二节 货物运输飞行的组织

### 第三节 机场容量

基本要求：了解航空运输系统的构成因素和基础设施，掌握航空运输的经营方式和基本程序，了解机场建设以及容量标准。

## 第六章 各种运输方式的特点及交通运输业的发展方向

### 第一节 各种运输方式的特点

### 第二节 选择运输方式的理论和方法

### 第三节 交通运输业的发展方向

基本要求：掌握铁路运输、公路运输、水路运输、航空运输、管道运输等各种运输方式的优缺点，如何根据实际要求选择运输方式，了解未来交通运输的发展方向。

## 第七章 管道运输

### 第一节 输油管道运输

### 第二节 天然气管道运输

### 第三节 固体浆料管道运输

基本要求：掌握管道运输的概念和特点，了解管道运输的形式和发展方向。

## 第八章 物流配送概述

第一节 配送概念和服务特征

第二节 配送的功能与应用

第三节 配送的服务方式

第四节 配送管理的主要目标

基本要求：掌握物流配送的概念和作用，了解物流配送的基本特点、功能和服务方式，掌握物流合理化、库存管理、社会物流资源节约、资金管理等几项配送管理主要目标。

## 第九章 现代物流配送的模式与流程

第一节 国外物流配送的发展

第二节 物流配送模式在物流系统中的作用及影响因素

第三节 现代物流配送模式和流程

第四节 物流配送发展的新模式

基本要求：了解目前物流配送在国外的程度以及国内在此领域与发达国家的差距，掌握物流系统中有哪些配送模式以及其各自的作用和影响因素，掌握流程中的类型和基本要素，了解目前国内外物流配送发展出现了哪些新的模式。

## 第十章 配送作业管理

第一节 配送作业流程概述

第二节 进货作业

第三节 搬运作业

第四节 储存作业

第五节 盘点、补货及订单处理

第六节 拣货作业

第七节 发货、送货与退换作业

基本要求：掌握各项配送作业的基本流程、操作内容和计算方法。

## 第十一章 物流配送中心规划

第一节 配送中心概述

第二节 配送中心的经营定位

第三节 配送中心的地理位置选择

第四节 配送中心的系统规划

基本要求：掌握配送中心的概念、类型和经营模式，了解配送中心的功能定位、

商品定位和区域定位，掌握配送中心选址的决策分析方法，掌握配送中心总体设计的方法和步骤。

## 第十二章 运输与车辆路径问题

### 第一节 运输问题

### 第二节 旅行路线问题

### 第三节 图论方法的应用

### 第四节 车辆路径问题

基本要求：掌握各问题的问题表述、数学模型、求解方法步骤，能够应用所学方法计算相关问题。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	运输管理概论	3			
2	铁路运输	6			
3	公路运输	3		6	
4	水路运输	3			
5	航空运输及管道运输	3			
6	各种运输方式的特点及交通运输业的发展方向	3			
7	物流配送概述	3			
8	现代物流配送的模式与流程	3		3	
9	配送作业管理	3		3	
10	物流配送中心规划	3			
11	运输与车辆路径问题	3			
合计		36		12	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	受理客户托运	3		
2	出港调度和场站作业（自提和送货）	6		
3	配送作业	3		

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，考核方式为闭卷。成绩评定方式：平时占 30%，期末占 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、物流学

后续课程和教学环节：供应链管理、国际货运代理

平行开设课程和教学环节：仓储管理与库存控制、采购管理、国际物流

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

杜文. 物流运输与配送管理. 机械工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 秦明森. 物流运输与配送管理实务. 中国物资出版社.
2. 宋杨. 运输与配送管理. 大连理工大学出版社.
3. 沈志云, 邓学钧. 交通运输工程学. 人民交通出版社.
4. 喻小贤. 物流运输与配送管理. 电子工业出版社.

制订人：黄文军

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《物流工程》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics Engineering

课程代码: BU241408

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

《物流工程》课程是物流管理专业本科生的学科专业必修课，是一门用以培养学生解决物流系统的设计与实施问题的专业课，本课程综合国内外物流基础理论、物流管理、物流工程、设施规划与设计、物料搬运、生产运作管理的基本理论，系统深入阐述物流与物流工程概述、物流系统规划分析、厂址选择、设施规划与设计、物料搬运系统设计、仓库和物流中心规划规划和信息技术在物流工程中的应用等主要内容。

该课程内容是工业工程领域中相当重要的内容之一，重点突出了对物流系统规划与设计能力的训练，通过本课程的学习，使学生能够适应我国物流管理科学化与现代化的需要，掌握和了解物流工程的基本理论与方法。

本课程的主要任务是培养学生下列能力：

- 1、了解和掌握物流工程的概念及研究内容
- 2、了解物流工程的产生与发展
- 3、了解和掌握企业的物流系统规划、设计、库存与仓储管理的原理与方法
- 4、了解物流工程的新理论、新方法及发展趋向

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第1章 导论

- 1.1 物流与物流工程
- 1.2 物流工程发展历史与趋势

### 1.3 物流工程的理论体系

基本要求：理解物流管理与物流工程的区别；了解物流工程的发展历史与趋势；理解物流工程的理论体系。

## 第2章 设施规划与设计

### 2.1 设施规划与设计概述

### 2.2 场址选择的意义及因素

### 2.3 场址选择的步骤与内容（重点）

### 2.4 场址选择方法（重点）

### 2.5 设施布置概述

### 2.6 设施布置的原则与基本形式（重点）

### 2.7 设施布置的方法（重点和难点）

基本要求：理解场址选择的意义并掌握场址选择的影响因素；掌握场址选择的步骤及内容、方法；掌握设施布局的原则与方法。

## 第3章 企业物流系统设计

### 3.1 企业物流系统

### 3.2 物流系统合理化的原则和途径

### 3.3 企业物流系统分析与设计（重点和难点）

### 3.4 企业物流系统设计（重点和难点）

### 3.5 企业系统规划法（BSP）（补充内容：重点和难点）

基本要求：理解企业物流系统的概念；理解企业物流系统合理化的原则及其途径；掌握企业物流系统分析与设计的原理与方法。

## 第4章 物料搬运系统

### 4.1 物料搬运系统的基本概念

### 4.2 物料搬运的基本原理

### 4.3 物料搬运设备及器具

### 4.4 物料搬运系统设计（重点和难点）

基本要求：理解物料搬运系统设计的基本概念；掌握物料搬运系统设计的基本原理；掌握物料搬运系统设计的方法。

## 第5章 物料配送与仓储

### 5.1 配送基本理论

### 5.2 配送中心概述

### 5.3 配送中心规划与设计（重点和难点）

### 5.4 仓储管理

### 5.5 自动化仓库系统

基本要求：掌握配送及配送中心的相关概念；掌握配送中心规划与设计的步骤、方法；熟悉自动化立体库系统基本的构成。

#### 第6章 物流系统管理

- 6.1 物流管理的基本概念
- 6.2 物流管理的基本内容
- 6.3 物流组织
- 6.4 物流成本分析（重点）
- 6.5 物流系统绩效评价（重点）
- 6.6 系统评价方法 AHP 权重解析（补充内容：重点、难点）

基本要求：掌握物流管理及物流组织基本的概念和内容；掌握物流系统绩效评价的方法。

#### 第7章 现代物流系统模式

- 7.1 精益物流系统
- 7.2 CIMS 物流系统
- 7.3 后勤管理
- 7.4 供应链管理模式

基本要求：理解精益物流系统的概念；了解 CIMS 物流系统相关概念。

#### 第8章 物流系统仿真工具

- 8.1 物流系统仿真基础（重点）
- 8.2 物流系统仿真软件（重点和难点）
- 8.3 物流仿真的优缺点

基本要求：掌握物流系统仿真的概念；了解物流系统仿真相关的软件；理解物流系统仿真的优缺点。

### （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 导论	4			
2	第2章 设施规划与设计	8			
3	第3章 企业物流系统设计	8			
4	第4章 物料搬运系统	8			
5	第5章 物料配送与仓储	6			
6	第6章 物流系统管理	6			
7	第7章 现代物流系统模式	4			
8	第8章 物流系统仿真简介	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

1. 考核方式：考试
2. 成绩评定办法：平时成绩占 30-40%，期末占 70-60%

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：《物流学》课程的基本概念和原理是学习本门课程的基础；《运筹学》课程相关的优化理论为本门课程“设施规划与设计”、“企业物流系统设计”和“物料搬运系统”等内容的基础。

后续课程和教学环节：毕业实习

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

齐二石. 物流工程. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. [美]理查德·缪瑟, 纳特·哈格纳斯. 搬运系统分析. 机械工业出版社.
2. [美]理查德·缪瑟. 系统布置设计. 机械工业出版社.
3. [美]理查德·缪瑟, 李·海尔斯. 系统化工业设施规划. 机械工业出版社.
4. 邓爱民, 张国方. 物流工程. 机械工业出版社.

制订人：邵举平

审核人：王佳

审定人：余晓红

# 《国际物流》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: International Logistics

课程代码: BU241409

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

本课程属应用性学科。培养学生较系统地掌握国际物流的基础知识和基本理论,并且具备一定的实际运用能力,为后继课程奠定较为扎实的基础。

基本要求:

1. 要求学生了解国际物流的形成发展及其与国际贸易的关系;
2. 掌握国际物流业务中的各个环节的运作;
3. 了解国际物流发展的最新动态。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际物流引论

##### 第一节 国际物流概述

##### 第二节 国际物流系统

##### 第三节 物流的全球化

基本要求: 理解现代物流的含义及其对企业的作用,了解物流全球化的背景及国际物流的特点,了解国际物流的发展趋势。

#### 第二章 国际物流网络

##### 第一节 国际物流网络概述

##### 第二节 国际物流节点

##### 第三节 国际物流连线

基本要求: 了解国际物流网络的基本含义及构成,了解国际物流的主要节点和连线。

### 第三章 国际物流与国际贸易

#### 第一节 国际贸易与国际物流的关系

#### 第二节 国际贸易方式

#### 第三节 国际贸易术语

#### 第四节 对外贸易合同的磋商及主要条款

基本要求：掌握进出口贸易的程序，熟悉交易磋商的各环节，了解进出口合同履行各个环节及应注意的问题。

### 第四章 国际支付与结算

#### 第一节 汇付

#### 第二节 托收

#### 第三节 信用证

基本要求：掌握各种贸易结算方式。

### 第五章 国际货物运输与国际货代

#### 第一节 国际货物运输

#### 第二节 海上班轮货运

#### 第三节 租船货运业务

#### 第四节 国际航空货运

#### 第五节 国际多式联运

基本要求：熟悉国际货物运输各种方式及其特点，熟悉一些主要的运输方式中进出口货运的程序。掌握班轮货运程序，了解班轮提单的种类，了解提单记载的内容，学会提单的使用。了解租船运输的特点，掌握租船的经营方式和租船合同洽商程序。

### 第六章 国际物流包装

#### 第一节 包装的功能与分类

#### 第二节 包装容器

#### 第三节 包装技术

#### 第四节 国际物流中的包装

基本要求：了解包装的功能与包装的分类，了解包装技术的内涵，掌握国际物流中包装选择所要考虑的环节。

### 第七章 进出口商品检验检疫

#### 第一节 进出口商品检验检疫的含义与作用

#### 第二节 出入境检验检疫机构及其职责

#### 第三节 进出口商品检验检疫的项目及程序

基本要求：了解进出口商品检验检疫的含义与作用，掌握进出口检验检疫的程序，掌握出入境运输工具和集装箱的检疫内容。

## 第八章 进出口货物报关

### 第一节 海关基础知识

### 第二节 报关概述

### 第三节 海关通关制度

### 第四节 加工贸易项下进出口货物报关

基本要求：了解海关的货物监管制度，了解海关对物流的监控体系，掌握货物的通关程序，了解报关单填制规范，掌握加工贸易项下货物的通关程序。

## 第九章 国际货运保险

### 第一节 保险的产生和发展

### 第二节 国际货物运输的保险范围

### 第三节 我国海运货物保险条款和险别

### 第四节 伦敦保险协会海运货物保险条款

基本要求：了解保险的产生和发展，熟悉保险的基本概念；了解伦敦保险协会的《协会货物条款》。掌握中国人民保险公司的 CIC 条款中的基本险，承保的责任范围，保险费核算等内容。了解保险单据的种类及其法律效力。

## 第十章 国际物流法律法规

### 第一节 国际货运专业法规

### 第二节 国际公约

基本要求：了解国际物流的相关法律法规。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	国际物流引论	3			
2	国际物流网络	3			
3	国际物流与国际贸易业务	3		3	
4	国际支付与结算	3			
5	国际货物运输与国际货代	6		3	
6	国际物流包装	3			
7	进出口商品检验检疫	3		3	
8	进出口货物报关	3		3	
9	国际货运保险	3			
10	国际物流法律法规	3			
11	总复习	3			
合计		36		12	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	出口物流业务综合模拟	3		
2	进口物流业务综合模拟	3		
3	国际物流综合模拟	6		

### 四、相关说明

#### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，期末考核方式为笔试。平时成绩占 30%，期末考试成绩占 70%。

#### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学

后续课程和教学环节：供应链管理、国际货运代理

平行开设课程和教学环节：无

### 五、教材和主要参考书目

#### （一）教材

蒋长兵. 国际物流学教程（第二版）. 中国物资出版社.

#### （二）主要参考书目

1. 逯宇铎, 陈阵, 李正锋, 等. 国际物流学. 机械工业出版社.

2. 唐渊. 国际物流学. 中国物资出版社.

3. 林正章. 国际物流与供应链. 清华大学出版社.

4. 丁立言, 张铎. 国际物流学. 清华大学出版社.

制订人：徐国泉

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《物流系统分析与设计》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics Systems Analysis and Design

课程代码: BU241413

课程类别: 核心必修课

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

**教学目标:** 通过本课程的学习,使学生了解和掌握物流系统规划和设计的基本知识、原理和方法,并且能够运用这些原理和方法,结合实际情况,利用所学理论知识解决实际中有关的物流系统的规划、布局、设计等问题。

**基本要求:** 物流系统规划与设计是在了解熟悉物流系统要素的基础上提出的管理问题,恰当的规划和设计,不仅有助于提高物流系统的运转效率,还能为物流系统中的企业带来丰厚的经济回报。通过教学使得学生掌握物流系统规划与设计的基本理论和方法,包括:物流规划与设计概述、物流战略规划、物流园区规划、区域物流系统规划、城市物流系统规划等。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 物流系统规划与设计概述

##### 第一节 物流系统的内涵

##### 第二节 物流系统的研究对象

##### 第三节 物流系统规划与设计的主要研究内容

##### 第四节 物流系统研究现状与发展趋势

##### 第五节 研究物流系统的意义与作用

**基本要求:** 掌握物流系统规划及设计的基本内涵、研究对象;了解物流系统规划的研究内容,分别从微观、宏观两个层次出发;最后通过物流系统研究意义及发展趋势的

介绍引起学生的学习兴趣。

## 第二章 物流战略规划

### 第一节 物流战略的内涵

### 第二节 物流战略环境分析及其常用的工具

### 第三节 物流战略方案设计及其常用战略

### 第四节 物流战略方案的实施与控制

### 第五节 案例分析

**基本要求：**了解物流战略规划的内涵，弄清物流战略和企业战略的关系；掌握物流战略环境分析的三个层次及常用的工具，例如：pest 方法、SWOT 分析、波特五力模型等；了解物流战略方案设计的步骤，常用的三种战略；了解物流战略方案的实施与控制；能够综合应用本章所学基本知识完成综合案例的分析，制定物流战略方案及实施计划。

## 第三章 物流系统模式与组织系统设计

### 第一节 物流系统模式及其设计

### 第二节 物流管理组织设计

### 第三节 案例分析

**基本要求：**掌握物流系统运行模式，掌握物流组织设计的原则，掌握物流组织机构的基本模式

## 第四章 物流网络与选址规划

### 第一节 物流网络概述

### 第二节 网络规划所需的数据及其分析过程

### 第三节 物流设施场址选址及其评价

**基本要求：**掌握物流网络结构；理解物流节点的功能；掌握网络规划所需的数据；掌握网络规划分析的步骤；理解场址选址的影响因素；掌握场址选址的方法

## 第五章 物流设施规划及其布置设计

### 第一节 物流设施规划与设计的含义及程序

### 第二节 设施系统布置设计要素与模式

### 第三节 物流设施布置规划的分析方法与技术

### 第四节 物流设施布置方案的评价与选择

**基本要求：**掌握物流设施选址、功能规划与设计、内部布局的常用方法，同时掌握这

些方法的优缺点及适用情况。

## 第六章 搬运系统分析与设计

### 第一节 搬运系统分析与设计概述

### 第二节 搬运系统设计的基础分析

### 第三节 物料搬运方案的设计

**基本要求：**掌握搬运系统设计的基本要素；掌握搬运系统分析设计过程；掌握搬运系统分析的数据；掌握搬运系统移动分析方法。掌握搬运系统方案设计与评价。

## 第七章 EIQ 规划分析技术

### 第一节 EIQ 规划分析的基础

### 第二节 EIQ 分析的作用、步骤与方法

### 第三节 EIQ 图表数据判读与分析

**基本要求：**掌握 EIQ 的内涵；掌握 EIQ 规划与 SLP 规划的区别；掌握 EIO 所需数据分析方法；掌握 EIQ 图表的读解。

## 第八章 仓库布置规划设计

### 第一节 普通仓库的布置规划与设计

### 第二节 立体仓库的规划设计

**基本要求：**掌握普通仓储仓容的计算；掌握立体仓库规划的内容。

## 第九章 物流配送中心布局规划

### 第一节 物流配送中心目标规划与条件设定

### 第二节 物流配送中心区域设置分析

### 第三节 配送中心的区域布置规划

### 第四节 物流配送中心辅助设施规划

**基本要求：**掌握配送中心经营定位与物流策略分析；掌握配送中心区域设置与规划；掌握配送中心辅助设施规划。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 物流系统规划与设计概述	4			
2	第二章 物流战略规划	4			
3	第三章 物流系统模式与组织系统设计	4			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
4	第四章 物流网络与选址规划	6			
5	第五章 物流设施规划及其布置设计	8			
6	第六章 搬运系统分析与设计	4			
7	第七章 EIQ 规划分析技术	6			
8	第八章 仓库布置规划设计	6			
9	第九章 物流配送中心布局规划	6			
合计		48			
		48			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，成绩评定办法：平时成绩占 40%（由考勤、课堂表现及作业三部分组成）；期末成绩占 60%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学、运筹学 A

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：供应链管理

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

刘联辉, 彭邝湘. 物流系统规划及其分析设计. 中国物资出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 董维忠. 物流系统规划与设计. 电子工业出版社.

2. 方仲民. 物流系统规划与设计. 机械工业出版社.

制订人：王佳丽

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《货币银行学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Money and Banking

课程代码: BU241503

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

《货币银行学》的教学目的在于讲授给学生有关金融的理论和实践知识, 让学生比较系统地了解和掌握现代货币金融范畴的基本概念、基本原理以及主要西方国家货币银行制度的发展演变, 并结合实际了解当前国内外货币金融领域新问题、新现象和新发展。通过本课程的学习, 学生能掌握金融学科的基本架构, 既借鉴外国经验, 又紧密结合中国国情, 使所学知识具有系统性和实用性, 为深入学习专业课打下坚实的理论基础。同时, 通过学习学生能够运用所学知识, 分析与解决现实金融问题。

### (二) 基本要求

为达到上述目的, 在本大纲的实施中提出如下要求:

1、作为一门基础性课程, 重点介绍货币金融的基本理论与基本观点, 讲授中要突出重点, 讲深讲透。并结合介绍西方货币金融理论, 使学生掌握该课程的基本体系和脉络。

2、经济决定金融, 金融适应并不断推动着经济的发展。讲授中应紧紧围绕市场经济发展这一主线, 突出现代经济发展对金融发展的新要求以及金融理论与方法的不断创新。

3、理论讲述要与我国经济金融实际密切结合, 要注意从理论的高度分析与阐述现实的金融现象与金融问题, 注重培养学生发现问题、分析问题与解决问题的能力

4、由于本课程涵盖面广, 讲授中应详略得当, 尤其是注意与后续课程的内容衔接, 防止过度重复。

### 三、教学内容及学时数分配

#### 第一章 货币与货币制度

##### 第一节 货币的起源与发展

##### 第二节 货币的职能

##### 第三节 货币制度

教学重点：掌握货币的职能及其相互关系；掌握货币形态的发展；掌握货币制度及其发展演进。

教学难点：掌握货币的职能及其相互关系；掌握货币形态的发展；掌握货币制度及其发展演进。

#### 第二章 信用与信用工具

##### 第一节 信用的产生与发展

##### 第二节 信用活动的基础

##### 第三节 现代信用的形式

##### 第四节 信用工具

教学重点：掌握借贷资本的形成及其特点、掌握现代信用形式及其相互关系。

教学难点：理解信用在市场经济中的作用、理解信用工具的基本特征及主要种类。

#### 第三章 利息与利息率

##### 第一节 利息

##### 第二节 利息率

##### 第三节 利率的决定

##### 第四节 利率变动影响经济的途径

##### 第五节 我国利率体制及其改革

教学重点：掌握利息的本质及计量、掌握利率的种类及基准利率、掌握决定与影响利率的因素

教学难点：掌握利息是收益的一般形态及收益的资本化、掌握 IS—LM 分析的利率理论

#### 第四章 金融市场

##### 第一节 金融市场概述

##### 第二节 货币市场

##### 第三节 资本市场

##### 第四节 金融衍生产品交易市场

教学重点：掌握金融市场的特征、构成要素及其功能、掌握直接融资与间接融资。

教学难点：掌握直接融资与间接融资的比较、掌握金融产品的交易价格、掌握证券行市及影响因素。

## 第五章 金融机构体系

第一节 金融机构体系概述

第二节 我国金融机构体系的建立与改革

第三节 政策性金融机构

第四节 非银行金融机构

教学重点：掌握金融机构的功能与作用。

教学难点：掌握金融机构的功能与作用。

## 第六章 商业银行

第一节 商业银行概述

第二节 商业银行的业务

第三节 金融创新

第四节 商业银行的信用创造

第五节 商业银行经营管理原则与理论

教学重点：掌握商业银行的性质与职能、掌握商业银行的基本业务

教学难点：掌握商业银行的性质与职能、掌握商业银行的基本业务

## 第七章 中央银行

第一节 中央银行概述

第二节 中央银行的业务

第三节 金融监管

教学重点：掌握中央银行的性质与职能、掌握中央银行的业务原则及主要业务内容。

教学难点：掌握中央银行的性质与职能、掌握中央银行的业务原则及主要业务内容。

## 第八章 货币供求与均衡

第一节 货币需求

第二节 货币供给

第三节 货币供求均衡

教学重点：掌握货币需求理论、掌握货币供给的控制机制及影响因素、掌握货币供求均衡与社会总供求均衡

教学难点：掌握弗里德曼的现代货币数量说、掌握货币乘数变化对货币供给的影响

## 第九章 货币政策

### 第一节 货币政策目标

### 第二节 货币政策工具

### 第三节 货币政策的中介指标和传导机制

### 第四节 货币政策效应

教学重点：掌握货币政策中介目标的选择标准及其内容、掌握影响货币政策效应的因素。

教学难点：掌握货币政策中介目标的选择标准及其内容、掌握影响货币政策效应的因素。

## 第十章 通货膨胀与通货紧缩

### 第一节 通货膨胀及其度量

### 第二节 通货膨胀的成因

### 第三节 通货膨胀的社会经济效应及其治理

教学重点：掌握通货膨胀的含义及类型、掌握通货膨胀的成因及对策、掌握通货膨胀的社会经济效应。

教学难点：掌握通货膨胀的成因剖析、掌握通货膨胀的产出效应、通货紧缩的社会经济效应，深入理解通货紧缩和社会经济发展的关系。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章货币与货币制度	4			
2	第二章信用	4			
3	第三章利息与利率	6			
4	第四章金融机构	5			
5	第五章商业银行	4			
6	第六章中央银行	5			
7	第七章金融市场	6			
8	第八章货币理论	6			
9	第九章通货膨胀理论	4			
10	第十章货币政策	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，平时成绩 60%，考试成绩 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学和宏观经济学

后续课程和教学环节：国际金融学

平行开设课程和教学环节：财务管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

黄达. 货币银行学（第二版）. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 易纲, 吴有昌, 吴全昊, 等. 货币银行学. 上海人民出版社.

2. [美] 弗雷德里克·S·米什金, 郑艳文, 荆国勇, 等. 货币金融学(第九版). 中国人民大学出版社.

3. 胡庆康. 现代货币银行学教程. 复旦大学出版社.

4. 蒋先玲. 货币银行学. 中国金融出版社.

制订人：周荣华

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《国际金融 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: International Finance

课程代码: BU241506

课程类别: 核心必修课

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

国际金融主要研究国际间的货币金融关系, 主要包括国际收支、国际储备、外汇汇率、汇率制度、国际金融市场、国际资本流动、国际货币体系和国际金融机构等方面的内容。通过本课程学习, 可使学生明确国际金融研究方向, 开拓国际视野, 全面深化知识结构。

要求学生能了解课程的体系、内容结构, 对国际金融有一个总体的把握, 学生应掌握其中的基本概念、基础知识与基础理论, 了解国际金融领域的最新发展动态以及当今一系列热点问题, 并能运用相关知识对有关问题进行分析, 为以后从事金融行业奠定基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际收支

第一节 国际收支平衡表的内容

第二节 国际收支不平衡的原因、影响

第三节 国际收支不平衡的调节措施

第四节 国际收支理论

第五节 内外均衡冲突与政策搭配

第六节 国际储备的规模(数量)管理

重点: 国际收支平衡表、国际收支理论

难点: 国际收支不平衡的调节和国际收支理论

## 第二章 外汇与汇率

### 第一节 汇率的标价方法

### 第二节 汇率的决定基础

### 第三节 影响汇率变动的因素

### 第四节 汇率变动对经济的影响

### 第五节 汇率决定理论

重点：汇率概述、汇率决定理论

难点：汇率变动影响和汇率决定理论

## 第三章 外汇市场与外汇交易

### 第一节 几种主要的外汇交易

### 第二节 外汇风险及其防范

重点：外汇种类

## 第四章 汇率制度与外汇管制

### 第一节 汇率制度及类型

### 第二节 固定汇率制与浮动汇率制的利弊

### 第三节 外汇管制的方式

### 第四节 货币可兑换的含义及其条件

重点：汇率制度种类

难点：外汇管制

## 第五章 国际金融市场

### 第一节 传统的国际金融市场的内容

### 第二节 欧洲货币市场

### 第三节 金融衍生工具的主要类型

重点：金融市场内容

难点：欧洲货币市场

## 第六章 国际资本流动

### 第一节 国际资本流动的类型及原因

### 第二节 国际资本流动与国际债务危机

重点：国际资本流动

难点：国际资本流动

## 第七章 国际货币体系

### 第一节 国际货币体系概述

## 第二节 国际货币体系的演变

### 第三节 区域性货币体系

重点：国际货币体系的演变

难点：国际货币体系的演变

## 第八章 国际金融组织

### 第一节 国际金融组织概述

### 第二节 国际货币基金组织

### 第三节 世界银行集团

### 第四节 亚洲开发银行

### 第五节 国际清算银行

重点：国际金融机构类型

难点：国际金融机构业务

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 国际收支	8			
2	第二章 外汇与汇率	8			
3	第三章 外汇市场与外汇交易	6			
4	第四章 汇率制度与外汇管制	6			
5	第五章 国际金融市场	6			
6	第六章 国际资本流动	6			
7	第七章 国际货币体系	4			
8	第八章 国际金融组织	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为闭卷。

总成绩评定由平时成绩 30%和期末成绩 70%构成。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：西方经济学、货币银行学

后续课程和教学环节：金融衍生工具开发、金融风险管理

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

姜波克. 国际金融新编（第五版）. 复旦大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. （美）克鲁格曼. 国际经济学：理论与政策（下）. 中国人民大学出版社.
2. 陈雨露. 国际金融. 中国人民大学出版社.

制订人：钱燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融工程学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Engineering

课程代码: BU241507

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程是金融工程专业的核心必修课。通过该课程的学习,使学生掌握远期、期货、期权、互换等衍生金融产品的基本原理;掌握衍生金融产品定价的基本原理;掌握运用衍生金融产品进行套期保值的基本原理;掌握金融工程的基本理论和技术,初步学会运用工程技术的方法,如数学建模、数值计算、网络图解、仿真模拟等设计、开发和实施新型金融产品,创造性地解决金融问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融工程概述

第一节 什么是金融工程

第二节 金融工程的发展历史与背景

第三节 金融工程的基本分析方法

#### 第二章 远期与期货概述

第一节 远期与远期市场

第二节 期货与期货市场

第三节 远期与期货的比较

#### 第三章 远期与期货定价

第一节 远期价格与期货价格

第二节 无收益资产远期合约的定价

第三节 支付已知金收益资产的远期合约的定价

第四节 支付已知收益率的远期合约的定价

- 第五节 远期与期货价格的一般结论
- 第六节 远期价格与标的资产现货价格的关系
- 第四章 远期与期货的运用
  - 第一节 运用远期与期货进行套期保值
  - 第二节 运用远期与期货进行套利与投机
- 第五章 股指期货、外汇远期、利率远期与利率期货
  - 第一节 股票指数期货
  - 第二节 外汇远期
  - 第三节 远期利率协议
  - 第四节 利率期货
- 第六章 互换概述
  - 第一节 互换的定义与种类
  - 第二节 互换市场
- 第七章 互换的定价与风险分析
  - 第一节 利率互换的定价
  - 第二节 货币互换的定价
  - 第三节 互换的风险
- 第八章 互换运用
  - 第一节 应用互换进行套利
  - 第二节 应用互换进行风险管理
  - 第三节 应用互换进行构造新产品
- 第九章 期权与期权市场
  - 第一节 期权的定义和种类
  - 第二节 期权市场
  - 第三节 期权交易机制
  - 第四节 期权与其他衍生品的区别和联系
- 第十章 期权的回报与价格分析
  - 第一节 期权的回报与盈亏分布
  - 第二节 期权价格的特性
- 第十一章 BSM 期权定价模型
  - 第一节 BSM 期权定价模型的基本思路
  - 第二节 股票价格的变化工程
  - 第三节 BSM 期权定价公式
  - 第四节 BSM 期权定价模型精确度评价与拓展

## 第十二章 期权定价的数值方法

### 第一节 二叉树期权定价模型

### 第二节 蒙特卡洛模拟

### 第三节 有限差分方法

## 第十三章 期权的交易策略及其运用

### 第一节 期权交易头寸及其运营

### 第二节 期权交易策略及其运用

### 第三节 期权组合盈亏图的算法

## 第十四章 期权价格的敏感性和期权的套期保值

### 第一节 Delta 与期权的套期保值

### 第二节 Theta 与套期保值

### 第三节 Gamma 与套期保值

### 第四节 Vega rho 与套期保值

### 第五节 交易费用与套期保值

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	金融工程概述	3			
2	远期与期货概述	3			
3	远期与期货定价	6			
4	远期与期货运用	2			
5	股指期货、外汇期货	2			
6	利率远期与利率期货	4			
7	互换概述与定价	6			
8	互换运用	2			
10	期权与期权市场	2			
11	期权的回报与价格分析	4			
12	BSM 期权定价模型	4			
13	期权定价的数值方法 衍生品定价方法	4			
14	期权的交易策略及其运用	2			
15	期权价格的敏感性和期权的套期保值	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课。

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 30%。

期末成绩：闭卷考试，占总成绩的 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、货币银行学、国际金融、金融数学、证券投资学；

后续课程和教学环节：金融衍生工具开发、金融风险管理、期货投资理论与实务；

平行开设课程和教学环节：计量经济学、投资银行学、保险学。

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

郑振龙, 陈蓉. 金融工程. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. John Hull. Fundamentals of Futures and Options Markets.7.Prentice Hall.
2. Terry J. Watsham. Futures and Options in Risk Management.2.Thomson Learning.
3. Don M. Chance. Introduction to Derivatives and Risk Management.6. Thomson Learning.
4. 张亦春, 郑振龙. 金融市场学. 高等教育出版社.
5. 林清泉. 金融工程. 中国人民大学出版社.

制订人：黄承辰

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《公司金融》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Corporate Finance

课程代码: BU241512

课程类别: 核心必修课

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

**教学目标:** 公司金融是以公司为核心, 金融市场为平台, 探讨公司融资、投资、治理等决策, 实现公司价值最大化为目标。本课程为整个金融学科的专业基础课, 是金融学科微观方向的两大核心课程之一, 更是公司金融专业方向的核心课程。通过本课程的学习重点掌握和理解公司诊断和评价、融资、并购以及资本运营中公司控制的主要方法, 为将来从事公司金融管理工作打下坚实的基础。

**教学要求:** 本课程教学目的在于向学生系统阐述公司金融的基本知识和一般原理, 使学生系统地掌握资本预算的方法、尤其是净现值法, 风险与资本预算, 资本结构, 收购兼并等方面的知识。通过将原理与实例相结合进行讲解, 使学生理解熟悉公司这一微观主体如何通过投资决策、融资决策和并购决策的最优化来实现公司价值最大化的方法、过程, 并学会运用这些方法和工具来解决各种问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 公司金融导论

##### 第一节 公司的概念

##### 第二节 公司的金融活动

##### 第三节 公司的财务目标和代理冲突

##### 第四节 公司金融的原则

##### 第五节 公司金融理论

教学重点: 公司的概念、公司的金融活动、公司财务目标的冲突、公司金融理论

教学难点：公司金融理论

## 第二章 价值与价值评估基础

第一节 资本运作的本质

第二节 价值评估的基本方法

第三节 几种特殊资产的价值确定方法

第四节 金融资产定价的一般方法

教学重点：价值评估的基本方法、几种特殊资产的价值确定方法

教学难点：几种特殊资产的价值确定方法

## 第三章 收购兼并：概述

第一节 并购的基本概念

第二节 并购的基本类型

第三节 并购与重组的动机

第四节 西方并购的历史

第五节 现代经济中促进并购的主要因素

教学重点：并购概念、基本类型、并购与重组的动机

教学难点：并购概念、基本类型、并购与重组的动机

## 第四章 收购兼并：战略思维

第一节 战略与核心竞争力

第二节 BcG 矩阵与企业并购、发展战略

第三节 战略并购

第四节 行业引力—业务实力矩阵在并购中的应用

教学重点：BcG 矩阵与企业并购、发展战略

教学难点：BcG 矩阵与企业并购、发展战略

## 第五章 杠杆收购与管理层收购

第一节 杠杆收购的基本概念与发展背景

第二节 杠杆收购的操作

第三节 杠杆收购的适用范围与条件

第四节 杠杆收购的效应

第五节 杠杆收购的风险

第六节 管理层收购与员工持股计划

教学重点：杠杆收购的概念、操作、适应范围与条件

教学难点：杠杆收购的操作

## 第六章 收购兼并：支付与融资

第一节 并购的支付手段

第二节 如何选择合适的支付手段

第三节 并购融资

第四节 并购再融资

教学重点：并购的支付手段、并购融资与再融资

教学难点：并购的支付手段、并购融资与再融资

## 第七章 资本运营中的公司控制

第一节 现代企业管理中的委托—代理关系

第二节 控制权市场与公司治理

第三节 代理权之争

第四节 公司控制的实证研究

教学重点：现代企业管理中的委托—代理关系、控制权市场与公司治理、代理权之争

教学难点：委托—代理关系、控制权市场与公司治理、代理权之争

## 第八章 收购兼并：反收购的原因与措施

第一节 进行反收购的原因

第二节 目标公司成为收购对象的可能原因

第三节 反收购措施

教学重点：反收购的原因与措施

教学难点：反收购的原因与措施

## 第九章 案例分析

第一节 1968年2月：宾州铁路公司与纽约铁路总公司

第二节 1986年12月：雷夫克药店公司杠杆收购案

第三节 1989年9月：索尼公司收购哥伦比亚影业公司案

第四节 2001年1月：美国在线与时代华纳公司合并案

教学重点：分析经典并购案例

教学难点：分析并购失败和成功的关键因素

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 公司金融导论	2			
2	第二章 价值与价值评估基础	6			
3	第三章 收购兼并：概述	4			
4	第四章 收购兼并：战略思维	6			
5	第五章 杠杆收购与管理层收购	6			
6	第六章 收购兼并：支付与融资	6			
7	第七章 资本运营中的公司控制	6			
8	第八章 收购兼并：反收购的原因与措施	6			
9	第九章 案例分析	6			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

考试课，成绩由平时考核和期末闭卷考试构成，其中，课堂提问和平时作业占30%，期末笔试70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、货币银行学、金融市场学

后续课程和教学环节：毕业实习、毕业论文

平行开设课程和教学环节：金融风险管理、财务分析

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

周春生. 融资、并购与公司控制（第三版）. 北京大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 布鲁诺著, 潘国英译. 金融案例研究: 为公司的价值创造而管理. 清华大学出版社.
2. 让·梯若尔著, 王永钦译. 公司金融理论. 中国人民大学出版社.
3. 迈克尔·C·埃尔哈特. 公司金融: 理论及实务精要（第四版）. 北京大学出版社.

4. 托马斯·E·科普兰, J·弗雷德·韦斯顿, 库尔迪普·夏斯特里, 等. 金融理论与公司政策. 中国人民大学出版社.

5. 罗斯. 公司理财 (第九版). 机械工业出版社.

制订人: 王世文

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《金融衍生工具开发》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Development of Financial Derivatives

课程代码: BU241513

课程类别: 核心必修课

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

课程任务: 系统地讲授金融衍生工具, 包括金融衍生工具市场的运作机制、衍生工具的价格决定以及衍生工具的交易策略等问题。讲授的金融衍生工具包括远期、期货、互换和期权等基本衍生工具, 以及债券市场和股票市场的创新产品。其中, 期货市场的基本功能、运作机制和交易策略与期权市场的运作机制、定价原理和交易策略是本课程的重点内容。此外, 本课程也将适当讲解衍生工具在风险管理方面的作用。

基本要求: 要求学生熟练掌握衍生工具的基本原理, 同时对衍生工具的定价方法和现实应用有一定理解。在原理方面, 要求学生掌握各种衍生工具的概念、特征和相应的市场运作机制。在定价方面, 要求学生对无套利定价、风险中性定价等方法有一定的理解, 对于其数学推导过程只要求有一定的了解。在此基础上, 培养学生一定的应用这些理论与原理的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融衍生工具导论

第一节 金融衍生工具的含义、特点和分类

第二节 金融衍生工具的构件

第三节 金融衍生工具的功能

第四节 金融衍生工具产生的背景和影响

第五节 金融衍生工具的新发展

第六节 我国金融衍生品市场的发展状况

重点：金融衍生工具的含义、特点和分类

难点：金融衍生工具的功能

## 第二章 远期合约

第一节 金融远期合约概述

第二节 远期利率协议

第三节 远期外汇协议

第四节 远期合约的定价

重点：远期合约的性质和应用

难点：远期合约的定价

## 第三章 期货交易概述

第一节 期货交易的相关概念

第二节 期货交易规则

第三节 期货交易的功能

第四节 期货交易的种类

第五节 期货市场管理

重点：期货交易的规则和种类

难点：期货交易的功能

## 第四章 期货交易策略

第一节 套期保值策略

第二节 基差策略

第三节 投机策略

重点：套期保值策略

难点：三种投资策略的操作、应用

## 第五章 期货交易机制

第一节 外汇期货

第二节 利率期货

第三节 股票指数期货

重点：三种期货交易操作的机制

难点：外汇互换的业务设计和盈利分析

## 第六章 期货定价原理

第一节 期货价格与相关价格的关系

第二节 股票指数期货与外汇期货的定价

### 第三节 利率期货的定价

重点：利率期货的定价原理

难点：利率期货的定价设计和盈利分析

## 第七章 期权交易概述

### 第一节 期权的相关概念

### 第二节 期权的类型

### 第三节 期权交易制度

### 第四节 期权的功能

### 第五节 期权和期货、远期的比较

重点：期权的类型和功能

难点：期权和期货、远期的比较

## 第八章 期权交易机制

### 第一节 外汇期权交易

### 第二节 利率期权交易

### 第三节 股票期权交易

### 第四节 股价指数期权

重点：外汇期权交易和股票期权交易的操作原理和运作机理

难点：期权设计和盈利分析

## 第九章 期权交易策略

### 第一节 期权交易的基本策略

### 第二节 期权的价差交易策略

### 第三节 期权的其他交易策略

重点：期权交易的基本策略

难点：交易策略的设计和组合搭配

## 第十章 期权定价理论

### 第一节 期权价格的构成

### 第二节 布莱克-斯科尔斯模型

### 第三节 二项式模型

### 第四节 金融期权价格的敏感性指标

重点：期权价格的构成

难点：布莱克-斯科尔斯模型的结论和实际应用及其局限性

## 第十一章 金融互换概述

第一节 金融互换的起源与发展

第二节 金融互换的相关机理

第三节 金融互换的功能与特点

第四节 金融互换的种类

重点：金融互换的相关机理和种类

难点：金融互换的设计和盈利分析

第十二章 金融互换交易机制及定价

第一节 货币互换交易机制

第二节 利率互换交易机制

第三节 资产负债互换交易机制

第四节 金融互换的报价与定价

重点：金融互换的交易机制

难点：金融互换的定价和盈利分析

第十三章 信用衍生产品

第一节 信用风险与信用风险管理进程

第二节 信用衍生产品

第三节 信用衍生产品的监管及应用

重点：信用衍生品的功能

难点：信用衍生品的定价和潜在风险

第十四章 金融衍生工具风险管理

第一节 金融衍生工具的风险成因

第二节 金融衍生工具的风险类型

第三节 金融衍生工具的风险管理步骤

第四节 场外金融衍生工具监管

第五节 金融衍生工具的国际监管合作

重点：金融衍生工具的风险管理

难点：场外金融衍生工具监管

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	金融衍生工具导论	2			
2	远期合约、期货交易概述	6			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
3	期货交易策略	6			配一个案例实务
4	期货交易机制、期货定价原理	6			配两个案例实务
5	期权交易概述、期权交易策略、期权定价理论	8			配三个案例实务
6	金融互换概述、金融互换交易机制及定价	6			配两个案例实务
7	信用衍生产品	6			配两个案例实务
8	金融衍生工具风险管理	6			配一个案例实务
合计		48			
		48			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

1、课程考核方法。以闭卷考试为主。

2、课程成绩结构。本课程以百分制形式给出课程考核结果，采用平时考核成绩和期末测试成绩相结合的分数结构，其中平时成绩占总分数 40%，期末测试成绩占总分数 60%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：期货投资理论与实务、金融工程学

后续课程和教学环节：金融衍生工具开发课程设计

平行开设课程和教学环节：金融风险管理、金融监管学

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

张元萍. 金融衍生工具教程（第四版）. 首都经济贸易大学出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 王晋忠. 衍生金融工具. 西南财经大学出版社.

2. 汪昌云. 金融衍生工具. 中国人民大学出版社.

3. 郭瑜骏, 黄丽清, 汤振宇. 金融衍生产品: 衍生金融工具理论与应用. 清华大学出版社.

制订人：钱燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融风险管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial risk management

课程代码: BU241514

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

《金融风险管理》是一门专业基础理论与实务并重的课程,以阐述金融风险管理的基本理论与基本技能为主要内容,是一门应用性很强的学科。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。本课程采用双语教学,要求学生在授课教师的指导下能够通读国外原版教材,切实提高金融英语的阅读水平,并准确掌握所学金融风险管理的基本原理和方法。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融风险 and 金融机构

第 1 节 金融风险概念和种类

第 2 节 金融机构的特点和种类

第 3 节 金融机构和金融风险

重点:、金融风险的种类; 金融机构的种类

难点: 金融风险的概念辨析; 不同金融机构的风险特点

#### 第二章 利率风险

第 1 节 利率的变化和水平

第 2 节 再定价模型

### 第3节 久期缺口模型

重点: 久期的一般公式及计算

难点: 久期的经济含义; 久期缺口模型应用

## 第三章 信用风险

### 第1节 个别贷款的信用风险

### 第2节 贷款组合及集中风险

### 第3节 贷款组合多样化和现代资产组合理论

重点: 信用风险测量; 违约风险模型;

难点: 现代资产组合理论的应用

## 第四章 市场风险

### 第1节 市场风险暴露的测算

### 第2节 风险度量模型

### 第3节 历史或后向模拟方法

重点: 固定收益证券、外汇和股票的市场风险计算及加总

难点: 蒙特卡罗模拟方法

## 第五章 流动性风险

### 第1节 流动性风险的原因

### 第2节 存款机构的流动性风险

### 第3节 保险、证券等机构的流动性风险

重点: 负债的流动性风险和资产的流动性风险

难点: 存款机构流动性风险显露的测算

## 第六章 操作风险

### 第1节 操作风险的原因

### 第2节 技术创新和操作风险

重点: 技术创新对于操作风险的影响

难点: 技术对于成本和收益的影响

## 第七章 外汇风险

### 第1节 外汇风险的原因

### 第2节 外汇交易和外汇风险暴露

重点: 外汇汇率的波动性及外汇暴露

难点: 利率、汇率和价格水平的相互作用

## 第八章 主权风险

第1节 信用风险和主权风险的关系

第2节 国家主权风险的评估

重点：外部评估模型，内部评估模型

难点：利用市场数据评估主权风险

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 金融风险和金融机构	6			
2	第二章 利率风险	7			
3	第三章 信用风险	7			
4	第四章 市场风险	7			
5	第五章 流动性风险	6			
6	第六章 操作风险	5			
7	第七章 外汇风险	5			
8	第八章 主权风险	5			
合计		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

用规范化、科学化的理论指导实践，同时对业务实践进行不断的总结和提炼，使其提升到理论。教学中多应用定量分析、数学模型分析、案例分析。本课程为考试课，考核方式为闭卷。

总成绩评定由平时成绩 30%，期末成绩 70%构成，其中平时成绩 30%为作业 10%，案例分析 5%，课堂发言 5%，考勤 10%；期末成绩 70%为期末考试成绩。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：西方经济学、会计学、金融市场学、证券投资学

后续课程和教学环节：金融衍生品工具开发

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

王勇. 金融风险管理. 机械工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 安东尼·桑德斯等著, 王中华等译. 金融风险管理. 人民邮电出版社.
2. 陆静. 金融风险管理. 中国人民大学出版社.
3. 王春峰. 金融市场风险管理. 天津大学出版社.
4. 施兵超, 杨文泽著. 金融风险管理. 财经大学出版社.

制订人：陈三毛

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《酒店管理概论》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Theory of Hotel Management

课程代码: BU242302

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生了解酒店业发展的历史、现状及未来的发展趋势;熟悉酒店产品的特点、产品组合的方式、现代酒店集团的特点、酒店管理的基本原理和基本方法及其在酒店中的应用。能够分析酒店所面临的市场竞争并能够适时对酒店产品进行创新。掌握酒店组织管理、服务质量管理、酒店品牌化建设等的有关理论并能够分析经营中出现的各种问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 旅游酒店概述

第一节 酒店的含义和功能

第二节 酒店的类型与等级

第三节 酒店业发展的历史进程

第四节 中国旅游酒店的发展趋势

基本要求: 了解酒店的发展历史,熟悉酒店的概念、类型、等级等,掌握酒店  
的现状。

#### 第二章 酒店管理的基本内容和方法

第一节 酒店管理概述

第二节 酒店管理的理论基础

第三节 酒店管理的基本职能

第四节 酒店管理的基本方法

基本要求：了解酒店管理的概念，掌握酒店管理的基本内容和方法。

### 第三章 酒店计划与战略管理

#### 第一节 酒店计划及计划类型

#### 第二节 酒店目标与计划指标体系

#### 第三节 酒店计划的编制与实施

#### 第四节 酒店战略管理

基本要求：了解酒店计划指标和体系，掌握计划编制的方法，熟悉酒店的目标和战略管理

### 第四章 酒店组织管理

#### 第一节 酒店的组织原则

#### 第二节 酒店的组织结构的类型与变革

#### 第三节 酒店联合体的组织与运作

#### 第四节 酒店组织制度

基本要求：掌握酒店组织的原则、组织结构的类型与变革以及酒店的组织制度，熟悉酒店联合体的组织与运作。

### 第五章 酒店安全管理

#### 第一节 酒店安全管理的涵义

#### 第二节 酒店安全管理的内容

#### 第三节 酒店火灾与紧急意外事故的处理

基本要求：熟悉酒店安全管理的涵义，掌握酒店安全管理的内容，熟悉酒店火灾等紧急情况处理的方法。

### 第六章 酒店产品的管理与创新

#### 第一节 酒店产品概述

#### 第二节 酒店产品的经营策略

#### 第三节 酒店产品的创新

基本要求：熟悉酒店产品的构成和特点，掌握酒店产品的经营策略和酒店产品定位和创新的方法。

### 第七章 酒店服务质量管理

#### 第一节 酒店服务质量概述

#### 第二节 酒店服务质量管理的方法

基本要求：熟悉酒店服务质量和酒店服务质量管理的内涵，掌握酒店服务质量管理的方法。

## 第八章 酒店的市场竞争

### 第一节 市场竞争的基本原理

### 第二节 市场竞争的基本战略

### 第三节 市场竞争的基本策略

基本要求：熟悉竞争的基本原理和战略，掌握酒店进行市场竞争的基本策略

## 第九章 酒店的品牌化建设

### 第一节 酒店品牌的基本涵义

### 第二节 酒店品牌结构

### 第三节 酒店品牌延伸

### 第四节 我国酒店的品牌化经营策略

基本要求：熟悉酒店品牌的基本内涵，了解酒店品牌结构和品牌延伸，掌握我国酒店的品牌化经营策略。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 旅游酒店概述	8			
2	第二章 酒店管理的基本理论和方法	8			
3	第三章 酒店计划与战略管理	6			
4	第四章 酒店组织管理	6			
5	第五章 酒店安全管理	4			
6	第六章 酒店产品的管理与创新	6			
7	第七章 酒店服务质量管理	4			
8	第八章 酒店的市场竞争	4			
9	第九章 酒店的品牌化建设	2			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

考核方式为平时成绩（占总成绩的 60%）和期末考核成绩（占总成绩的 40%）相结合。

平时成绩包括平时作业、案例讨论、课堂提问、课堂纪律等方面；期末考核采用大作业的形式进行。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、旅游学概论

后续课程和教学环节：旅游法规、餐饮管理、前厅与客房管理、世界著名酒店管理案例

平行开设课程和教学环节：旅游礼仪

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

邢夫敏. 旅游酒店管理概论. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 奚宴平. 世界著名酒店集团比较研究. 中国旅游出版社.
2. 贾依·坎达姆普利. 服务管理: 酒店管理的新模式. 旅游教育出版社.
3. 邢夫敏. 现代酒店管理与服务案例. 北京大学出版社.
4. 上海万创文化传媒有限公司. 国际精品酒店(汉英对照). 大连理工大学出版社.
5. 王生平, 滕宝红. 酒店经理 365 天超级管理手册. 人民邮电出版社.

制订人：邢夫敏

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游礼仪》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Etiquette of Tourism

课程代码: BU242303

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

课程任务: 课程主要分为旅游礼仪和形体训练两个部分。第一部分, 在概述礼仪的内含、起源与发展的基础上, 结合专业特色介绍旅游从业人员的仪容仪表礼仪规范、旅游从业人员的行为仪态礼仪规范、国际旅游业礼貌礼仪常识及旅游接待与服务礼仪等五大部分的内容; 形体训练部分以第一部分旅游从业人员的仪容仪表礼仪规范、旅游从业人员的行为仪态礼仪规范为基础展开, 同时通过案例教学和情境训练的形式训练学生的旅游接待与服务礼仪能力。

基本要求: 熟知旅游从业人员仪容仪表规范的具体要求, 并能学以致用对自己的仪容仪表进行必要的、恰当的修饰; 明确旅游业中不同工作类型对从业人员服务礼仪的要求, 并能从专业角度熟练提供这类服务; 了解国际旅游业的相关礼貌礼仪常识。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 礼仪概述

第一节 礼仪的概念与内涵

第二节 我国礼仪的起源与发展

第三节 西方礼仪

第四节 礼仪与修养

基本要求: 了解礼仪的内涵和起源, 认知礼仪与修养的关系, 并能积极地树立学习本课程的兴趣和信心。

## 第二章 旅游从业人员的仪容仪表礼仪规范

### 第一节 旅游从业人员的面部修饰礼仪

### 第二节 旅游从业人员的化妆修饰礼仪

### 第三节 旅游从业人员的头发修饰礼仪

### 第四节 旅游从业人员的着装礼仪

基本要求：熟知旅游从业人员的仪容仪表礼仪规范，并能学以致用，重点要求掌握从专业要求的角度对自己的仪容仪表进行必要的修饰和规范，本章难点在于化妆技巧及专业着装搭配。

## 第三章 旅游从业人员的行为仪态礼仪规范

### 第一节 旅游从业人员的表情神态规范

### 第二节 旅游从业人员的静止仪态规范

### 第三节 旅游从业人员的进行仪态规范

### 第四节 旅游从业人员的姿势姿态规范

基本要求：熟知旅游从业人员的行为仪态礼仪规范，并通过训练，重点培养自己专业的行为仪态，本章教习的重点在于旅游从业人员的专业仪态礼仪，难点在于学生需要在短时间内养成自身的职业仪态礼仪习惯。

## 第四章 旅游从业人员的语言礼仪规范

### 第一节 旅游从业人员的礼貌用语

### 第二节 旅游从业人员的书面用语

### 第三节 旅游从业人员的电话用语

基本要求：熟知旅游从业人员的语言礼仪规范，能熟练使用礼貌用语，并能从专业角度熟练的使用电话用语，本章教习难点在于培养学生规范化的服务礼貌用语，同时又能结合具体服务情境灵活运用旅游从业人员的语言。

## 第五章 国际旅游业礼貌礼仪常识

### 第一节 涉外礼仪惯例与通则

### 第二节 国际交往的见面礼

### 第三节 国际交往中的馈赠礼仪

### 第四节 常见的国际礼宾活动

基本要求：了解常用的国际旅游业礼貌礼仪知识，重点掌握与旅游联系紧密的国际礼宾活动的基本礼仪操作，难点在于结合旅游企业的实际，掌握涉外礼仪在旅游接待服务中的具体运用。

## 第六章 旅游接待与服务礼仪

第一节 旅游饭店的接待与服务礼仪

第二节 导游接待与服务礼仪

第三节 旅游商务活动礼仪

第四节 旅游交通工具礼仪

基本要求：重点要求熟练掌握各种旅游企业和旅游接待服务过程中涉及的专业旅游服务礼仪，难点在于在没有旅游专业相关先行课程的情况下要求学生了解掌握不同旅游企业服务接待的礼仪规范。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 礼仪概述	3			
2	第二章 旅游从业人员的仪容仪表礼仪规范	6			
3	第三章 旅游从业人员的行为仪态礼仪规范	8			
4	第四章 旅游从业人员的语言礼仪规范	3			
5	第五章 国际旅游业礼貌礼仪常识	3			
6	第六章 旅游接待与服务礼仪	9			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课程，成绩评定按平时成绩 60%，期末成绩 40%的比例核算最终考核成绩。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：旅游公共关系学、饭店服务管理、旅游美学

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

牟红, 杨梅. 旅游礼仪实务（第二版）. 清华大学出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 王冬琨. 酒店服务礼仪. 清华大学出版社.
2. 李俊, 赵雪琴. 旅游服务礼仪 (第二版). 武汉大学出版社.
3. 潘安岚, 蒋祖慧. 形体及礼仪训练. 旅游教育出版社.
4. 王琦. 旅游实用礼仪. 清华大学出版社.

制订人: 谢 佳

审核人: 黎宏宝

审定人: 余晓红

# 《旅游英语 A(一)》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism English A1

课程代码: BU242305

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

本课程考虑到旅游专业的特点,要求学生通过这一科目的学习达到基础与专业相结合、知识与技能相结合、掌握国际旅游动态等,全面提高学生的旅游英语综合交际能力。教学过程中,教师应注重培养学生的实践应用能力,使学生能够进行简单的英文方案的设计与撰写,鼓励学生阅读英文原版的旅游类书籍,进一步扩大自己的知识和技能。《旅游英语(一)》要求学生能就与旅游行业有关的活动进行基本的口语表达,达到交流和沟通的目的。该课程通过由浅入深的阅读、听力和口语训练,以真实的工作场景和有效的英语交流策略使学生认识到英语在旅游活动中的重要性,建立起用英语进行交流的信心,同时学习世界各地人文景观、中外文化差异、中外餐饮特色、中外历史文化名城、历史人物、名人轶事等诸多方面的知识。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

Unit 1: All in a Day's Work

Requirements: Know different kinds of hotel jobs; have some basic ideas of the hospitality industry; know how a housekeep works and his/her responsibilities.

Unit 2: Fly-drive Holidays

Requirements: Know what a fly-drive holiday is and how it is different from other holidays; be acquainted with the procedure of registering a holiday for customers; gain some basic information of the theme parks in Florida; know what the car hire business is about.

Unit 3: Table for Two

Requirements: Know how to recommend dishes to the guests; get some basic ideas of the

common ways of cooking; know how to deal with complaints about food and service in a restaurant.

#### Unit 4: City Tours

Requirements: Be familiar with guided tours; know how to describe city buildings to the tourists; know the basic words and phrases of giving directions.

#### Unit 5: Water Cities

Requirements: Know something about hotel facilities; learn how to write an email describing a hotel.

#### Unit 6: Cruise Ships

Requirements: Be acquainted with cabin facilities; know how to write a simple CV and cover letter.

#### Unit 7: Service and Safety

Requirements: Gain some knowledge of health and safety and how to give health and safety advice; know how to write a letter of apology.

#### Unit 8: East Meets West

Requirements: Know how to give a simple presentation and create a tourism development plan; know how to describe traditional gifts.

#### Unit 9: Window Seat or Aisle?

Requirements: Be familiar with some information of air travel; try to produce an information leaflet.

#### Unit 10: Business or Pleasure?

Requirements: Know something about the conference facilities in hotels; try to recommend places to visit in oral English; know how to write a fax.

#### Unit 11: The Great Outdoors

Requirements: In making a dialogue of selling tours, know how to use some detailed words to convince the potential customers into buying the tourist products; know how to change a booking.

#### Unit 12: Winter Holidays

Requirements: Be familiar with some winter sports well-known and popular round the world; try to plan an entertainment programme.

#### Unit 13: Land of Smiles

Requirements: Get some fundamental ideas of Ecotourism; try to write a health information leaflet.

#### Unit 14: Enjoy Your Stay

Requirements: Be familiar with different currencies; know the basic skills of upselling at reception.

## Unit 15: Winds of Change

Requirements: Be familiar with the expressions of weather forecast; know how to describe the weather.

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	Unit 1: All in a Day's Work	3			
2	Unit 2: Fly-drive Holidays	3			
3	Unit 3: Table for Two	3			
4	Unit 4: City Tours	3			
5	Unit 5: Water Cities	3			
6	Unit 6: Cruise Ships	3			
7	Unit 7: Service and Safety	3			
8	Unit 8: East Meets West	3			
9	Unit 9: Window Seat or Aisle?	3			
10	Unit 10: Business or Pleasure?	3			
11	Unit 11: The Great Outdoors	3			
12	Unit 12: Winter Holidays	3			
13	Unit 13: Land of Smiles	3			
14	Unit 14: Enjoy Your Stay	3			
15	Unit 15: Winds of Change	3			
16	Consolidation	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课，考核方式为考查。成绩构成为平时成绩 60%，期末成绩 40%，平时成绩由出勤、课堂练习、课后练习、课堂表现等组成，期末成绩由考查结果决定。最终成绩评定为五级制。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：大学英语（一）、大学英语（二）

后续课程和教学环节：高级英语 C（一）、C（二）

平行开设课程和教学环节：大学英语三级

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

Iwonna Dubicka ,Margaret O’Keeffe.朗文旅游英语（初级）.南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 宋美华. 旅游英语. 重庆大学出版社.
2. 房玉婧, 冯岩岩. 旅游英语. 对外经济贸易大学出版社.
3. 杨淑惠. 旅游英语. 天津科技翻译出版公司.
4. 卓美玲. 饭店英语. 天津科技翻译出版公司.

制订人：柯英

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游经济学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Economics

课程代码: BU242308

课程类别: 核心必修

学时: 32

学分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅游经济学是理论经济学在旅游产业中的具体应用,是通过分析旅游产业中的经济现象、经济关系和经济规律的一门学科。本课程的任务是介绍旅游经济学的基本概念、原理和分析方法,深入阐述旅游经济的思维模型和核心内容体系,并在此基础上,借助相关旅游行业具体案例强化学生对旅游经济基本理论和重点、难点内容的学习和掌握。基本要求是强化旅游经济基本概念、基本理论的讲解、分析和应用,通过与学生的反馈、互动来培养学生对现实旅游经济问题的分析和解决能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

基本内容:

第一节 近期旅游经济热点回顾

第二节 旅游经济学研究的历史和现状

第三节 旅游经济学的研究对象

第四节 旅游经济学的研究方法和本书特点

第五节 本课程的主要内容与作业要求

基本要求: 了解旅游经济学研究的历史和现状,了解本课程的主要内容,掌握旅游经济学的研究对象和研究方法。

#### 第二章 旅游需求及旅游者的经济行为

基本内容:

### 第一节 旅游需求概念及特征

### 第二节 旅游需求规律及弹性

### 第三节 旅游消费特点及结构

### 第四节 旅游消费效果及满足

基本要求：了解旅游需求的概念、特征，旅游消费的特点及结构，掌握旅游需求规律及弹性，旅游消费效果及满足。

## 第三章 旅游供给及价格策略

基本内容：

### 第一节 旅游供给的概念与特征

### 第二节 旅游供给规律及弹性

### 第三节 旅游供求矛盾和平衡

### 第四节 旅游产品的价格

基本要求：了解旅游供给的概念与特征，了解旅游产品的价格，掌握旅游供给规律及弹性，旅游供求的矛盾与处理途径。

## 第四章 旅游业就业与收入

基本内容：

### 第一节 旅游业对就业的作业

### 第二节 旅游收入与旅游收入指标

### 第三节 旅游业收入分配

### 第四节 旅游业收入乘数

基本要求：了解旅游业的就业贡献，衡量旅游收入的指标，掌握旅游收入分配的原理及收入乘数。

## 第五章 旅游投资与决策

基本内容：

### 第一节 旅游投资与投资风险

### 第二节 旅游投资可行性研究

### 第三节 旅游投资项目经济评价

### 第四节 旅游投资决策

基本要求：了解旅游投资的概念，旅游投资可行性研究的概念与内容，掌握旅游投资项目经济评价的指标与方法。

## 第六章 旅游产业政策及国际比较

### 第一节 我国旅游产业的发展政策

## 第二节 泰国、韩国、日本的产业发展政策

## 第三节 欧盟的旅游产业发展政策

## 第四节 旅游产业发展比较与总结

基本要求：了解泰国、日本、韩国及欧盟等国家的旅游经济产业政策，掌握我国旅游产业的发展战略及具体政策。

## 第七章 旅游经济效益评价

基本内容：

### 第一节 旅游经济效益的内涵

### 第二节 旅游微观经济效益

### 第三节 旅游宏观经济效益

基本要求：了解旅游微观、宏观经济效益的内容，掌握旅游经济效益的内涵。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	4			
2	第二章 旅游需求及旅游者的经济行为	6			
3	第三章 旅游供给及价格策略	6			
4	第四章 旅游业就业与收入	4			
5	第五章 旅游投资与决策	4			
6	第六章 旅游产业政策与国际比较	6			
7	第七章 旅游经济效益评价	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考试试题占总成绩的 40%。平时成绩由出勤率、案例分析、小组作业、课堂提问和课后作业等组成，占总成绩的 60%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学，微观经济学，宏观经济学，应用统计，财务管理

后续课程和教学环节：旅游开发与规划，景点景区管理

平行开设课程和教学环节：旅行社管理

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

韩云. 旅游经济学. 南开大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 高鸿业. 经济学（微观、宏观）. 中国人民大学出版社.
2. 田里. 旅游经济学. 高等教育出版社.
3. 厉新建. 旅游经济学. 中国人民大学出版社.
4. 吕宛青. 旅游经济学. 东北财经大学大学出版社.
5. 张立生. 旅游经济学. 中国人民大学出版社.
6. 普国安. 旅游经济学. 中国旅游出版社.

制订人：黎宏宝

审核人：邢夫敏

审定人：余晓红

# 《旅游心理学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Psychology

课程代码: BU242312

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生了解并掌握有关旅游消费心理、旅游服务心理以及旅游管理心理等方面的基础知识,从而掌握旅游者的一般心理特征,为将来从事旅游服务与管理工 作打下良好的基础。本课程要求学生掌握心理学的基础知识,并将其与旅游学紧密结合起来,能够活学活用,善于从心理学的角度分析客人消费行为,能够处理一般投诉,解释常规心理现象,调整服务心态。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章绪论

第一节 旅游心理学概述

第二节 旅游心理学的研究方法

第三节 旅游心理学的理论体系

了解: 旅游心理学的产生与发展

掌握: 旅游心理学的研究对象与研究方法

#### 第二章知觉与旅游行为

第一节 知觉及其特性

第二节 知觉的心理定势

第三节 旅游者对旅游条件的知觉

了解: 知觉及其特性

掌握: 知觉的心理定势以及旅游者对旅游条件的知觉

### 第三章 需要与旅游行为

#### 第一节 需要及其分类

#### 第二节 旅游动机的含义与种类

#### 第三节 旅游动机的激发

了解：需要及其分类

掌握：旅游动机的含义与种类以及激发旅游者旅游动机的具体方法

### 第四章 态度与旅游行为

#### 第一节 态度及其特性

#### 第二节 态度与旅游行为

#### 第三节 态度的形成与改变

了解：态度的含义及其特性

掌握：旅游者态度与旅游行为之间的关系

### 第五章 个性与旅游行为

#### 第一节 个性及其形成

#### 第二节 个性类型与旅游行为

#### 第三节 个性结构与旅游行为

了解：个性的含义及其影响因素

掌握：个性结构、类型与旅游行为之间的关系

### 第六章 旅游服务心理概述

#### 第一节 服务中的客我交往

#### 第二节 客人的需求心理

了解：服务过程中客我交往的基本类型

掌握：客人对饭店服务的需求心理

### 第七章 饭店服务心理

#### 第一节 前厅服务心理

#### 第二节 客房服务心理

#### 第三节 餐厅服务心理

了解：客人对各部门服务的心理需求

掌握：饭店提供相应服务的心理策略

### 第八章 其他旅游服务心理

#### 第一节 旅行社服务心理

#### 第二节 旅游交通服务心理

#### 第三节 旅游商品服务心理

了解：客人对旅行社、交通部门以及商品服务的需求特点

掌握：各旅游企业提供相应心理服务的基本策略

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	旅游心理学绪论	4			
2	知觉与旅游行为	4			
3	需要与旅游行为	6			
4	态度与旅游行为	4			
5	个性与旅游行为	4			
6	旅游服务心理概述	2			
7	饭店服务心理	4			
8	其他旅游服务心理	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论

后续课程和教学环节：前厅与客房管理

平行开设课程和教学环节：旅游市场营销

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

李雪冬. 旅游心理学. 南开大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 舒伯阳, 廖兆光. 旅游心理学. 东北财经大学出版社.

2. 刘纯. 旅游心理学. 高等教育出版社.

3. 高跃. 旅游心理学. 北京大学出版社.

4. 孙喜林, 荣晓华. 旅游心理学. 东北财经大学出版社.

制订人：李向韬

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《中央银行概论》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Introductions to the Central Bank

课程代码: BU242502

课程类别: 核心必修课程

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

课程任务: 使学生对中央银行方面的基本理论、基本业务和基本操作方法有全面的理解和较深刻的认识。通过教学对中央银行的性质、职能、地位等基本理论及其业务运作、制定和实施货币政策、对金融业的监管和在开放经济中的对外金融关系有较系统的掌握;使学生了解中央银行履行其职责的内部运作方式和对金融及经济在微观和宏观方面产生的客观影响,把握中央银行在我国市场经济体制和全球经济、金融一体化趋势下的重要性。

基本要求: 通过介绍国内外中央银行理论及其最新研究成果,说明其实务运作的机制和最新发展;从中国实际出发,客观分析经济金融体制改革的理论研究和实践成果,科学探讨我国中央银行的改革与发展。使学生能够从宏观角度观察和分析总体经济和金融运行状况,提高对经济和金融发展规律的认识能力和把握能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 中央银行制度

第一节 中央银行制度的形成与发展

第二节 中央银行的性质与职能

第三节 中央银行制度类型与组织结构

第四节 中央银行的相对独立性

重点: 中央银行的性质与职能

难点: 中央银行的相对独立性

## 第二章 中央银行的资产负债业务

### 第一节 中央银行业务活动的原则与分类

### 第二节 中央银行的负债业务

### 第三节 中央银行的资产业务

重点：中央银行的资产负债表

难点：中央银行的负债和资产业务

## 第三章 中央银行的其他业务

### 第一节 中央银行的支付清算服务

### 第二节 中央银行的经理国库业务

### 第三节 中央银行的会计业务

### 第四节 中央银行的调查统计业务

## 第四章 货币政策目标与工具

### 第一节 概述

### 第二节 货币政策的最终目标

### 第三节 货币政策的中间目标和操作目标

### 第四节 一般性货币政策工具

### 第五节 选择性货币政策工具和其他货币政策工具

重点：货币政策目标

难点：货币政策工具及其应用

## 第五章 货币政策的制定和实施

### 第一节 货币政策的决策机构与程序

### 第二节 宏观经济和金融运行分析

### 第三节 货币政策目标的确定

### 第四节 货币政策工具的选择和配合

### 第五节 货币政策的实施

重点：货币政策目标的确定

难点：货币政策工具的选择和配合

## 第六章 货币政策传递机制

### 第一节 主要的货币政策传递机制理论

### 第二节 货币政策传递渠道

### 第三节 货币政策传递的主要影响因素

### 第四节 货币政策传递的时滞

重点：货币政策传递渠道

难点：货币政策传递的主要影响因素

## 第七章 货币政策效应理论分析

第一节 政策有效性的理论分歧

第二节 政策的时间不一致性与承诺行动

第三节 相机抉择与单一规则

第四节 非对称信息与政策信息披露

重点：政策的时间不一致性与承诺行动

难点：相机抉择与单一规则的优劣分析

## 第八章 货币政策效应的实证分析

第一节 反通货膨胀政策效应分析

第二节 反通货紧缩政策效应分析

第三节 反金融危机政策效应分析

重点：反通货膨胀政策效应分析

难点：反金融危机政策效应分析

## 第九章 中央银行的金融监管

第一节 金融监管的基本概念

第二节 金融监管的内容和方法

第三节 金融监管体系

重点：金融监管体系

难点：金融监管的内容和方法

## 第十章 金融稳定

第一节 概述

第二节 金融风险的监测与金融稳定的评估

第三节 中央银行维护金融稳定的职能与手段

第四节 反洗钱

重点：中央银行维护金融稳定的职能与手段

难点：金融风险的监测与金融稳定的评估

## 第十一章 中央银行对外金融关系

第一节 概述

第二节 中央银行金融监管的国际协作

第三节 中央银行货币政策的国际协调

重点：中央银行货币政策的国际协调

难点：影响国家间货币政策协调的主要因素

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	中央银行制度	2			
2	中央银行的资产负债业务	4			
3	中央银行的其他业务	4			
4	货币政策目标与工具	4			
5	货币政策的制定和实施	4			
6	货币政策传递机制	4			
7	货币政策效应理论分析 货币政策效应的实证分析	4			
8	中央银行的金融监管、金融稳定、中央银行对外金融关系	6			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

1、课程考核方法。以结业论文为主。

2、课程成绩结构。本课程以五级制形式给出课程考核结果，采用平时考核成绩和期终论文成绩相结合的分数结构，其中平时成绩占总分数 60%，期终论文成绩占总分数 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：宏观经济学、金融学、国际金融

后续课程和教学环节：金融工程学

平行开设课程和教学环节：商业银行经营管理、保险学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

陈学彬. 中央银行概论(第三版). 高等教育出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 万解秋. 中央银行概论(第二版). 复旦大学出版社.
2. 王广谦. 中央银行学(第六版). 高等教育出版社.
3. 赵何敏. 中央银行学. 清华大学出版社.
4. 刘肖原. 中央银行学教程. 中国人民大学出版社.

制订人：毛东俊

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《证券投资学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Securities Investment

课程代码: BU242505

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

《证券投资学》是研究市场经济条件下证券市场运行机制和投资主体行为规律的科学。随着中国社会主义市场经济体系的日益完善和对外开放的逐渐扩大,证券市场在社会经济体系中的地位也日渐提高,已成为很多高校经济管理类专业的必修课程,有一些非经济类的学生也会选修投资类课程。

通过本课程的学习,要求学生掌握证券市场的基础知识和基本理论,熟悉证券市场的架构、交易工具、运作机制和运行规律,掌握证券投资的收益、风险之间的关系和有价证券的定价原理,熟悉证券投资的分析方法和管理工作,为未来从事经济工作打下基础。在教学过程中,应全面阐述西方成熟证券市场运作机制和运行规律的同时注意结合中国证券市场改革和发展的实践,引导学生在学习理论知识的同时关注中国的金融改革,同时要注重基础训练,提高学生的动手能力和分析能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

导论

第一节 证券投资学的研究对象、任务与内容

第二节 证券投资学研究的方法与要求

第三节 证券与投资范畴

重点: 掌握证券、投资的定义及分类,掌握投资与投机的区别与联系。

第一章 证券投资要素

第一节 证券投资主

## 第二节 证券投资客体

### 第三节 证券投资中介

重点：熟悉有价证券、股票的定义和性质；掌握股票的特征；掌握普通股股东的权利；熟悉股息的种类；掌握债券的定义和特点；掌握债券按发行主体分类；熟悉债券按计息方式、按募集方式、偿还期、发行期、记名与否分类；掌握债券按市场所在地、按债券形式分类；熟悉证券投资基金的定义、性质；掌握证券投资基金按组织形式分类；掌握证券投资基金按基金可否赎回分类；熟悉证券投资基金按投资收益风险目标分类、按资金来源分类；熟悉证券投资基金按投资对象分类；掌握证券中介机构含义、经营机构含义；熟悉证券中介机构的证券承销业务、证券经纪业务、证券自营业务、其他业务的主要内容。

难点：掌握股票的定义，性质，特征和分类。

## 第二章 证券市场的运行与管理

### 第一节 证券发行市场

### 第二节 证券流通市场

### 第三节 证券市场监管

重点：掌握股票发行方式；掌握股票发行价格的类型、定价方式、定价方法；掌握债券发行条件；掌握债券发行方式；掌握证券交易所的定义、特征、组织形式；熟悉证券上市制度；掌握证券交易所的运行系统；掌握证券交易所的交易原则和交易规则；熟悉证券交易所的功能；熟悉场外交易市场的定义、特征；掌握证券监管的意义、原则；熟悉证券监管体系；掌握我国证券监管的指导方针和监管体系；熟悉证券监管内容，对证券发行市场监管、流通市场、上市公司、中介机构、从业人员、投资者的监管。

难点：掌握股票发行方式；掌握股票发行价格的类型、定价方式、定价方法；掌握债券发行条件；掌握债券发行方式。

## 第三章 证券交易程序和方式

### 第一节 证券交易程序

### 第二节 现货交易与信用交易

### 第三节 期货交易

### 第四节 期权交易

重点：熟悉信用交易的定义、交易中的信用关系和保证金；掌握保证金买空交易的规则、盈亏计算、风险控制和利弊分析；掌握保证金卖空交易的规则、盈亏计算、风险控制和利弊分析；掌握期货交易的定义；掌握期货交易的功能；掌握期货交易的

机制；熟悉利率期货的产生、特点和主要品种；熟悉股票指数价格期货的产生、特点、主要品种和分析；掌握套期保值的策略和应用；熟悉套期图利的种类和原理；掌握期权交易的定义；掌握期权交易制度；掌握看涨与看跌期权的盈亏分析；熟悉期权交易方式的功能。

难点：掌握看涨与看跌期权的盈亏分析；熟悉期权交易方式的功能。

#### 第四章 证券投资的收益和风险

##### 第一节 证券投资的收益

##### 第二节 证券投资的风险

##### 第三节 证券风险的衡量

重点：熟悉债券收益的来源和影响因素；熟悉债券收益率的计算原理；掌握票面收益率、直接收益率、持有期收益率、到期收益率和赎回收益率的含义和计算；熟悉股票投资收益的来源；掌握股利收益率、持有期收益率、持有期回收率以及调整后的持有期收益率的含义和计算；掌握资产组合收益率的计算；掌握风险的定义、种类、系统风险、非系统风险的含义；熟悉市场风险的含义、来源、影响和减轻其影响的方法；熟悉利率风险的含义、来源、影响和减轻其影响的方法；熟悉购买力风险的含义、来源、影响和减轻其影响的方法；熟悉信用风险的含义、来源、影响和回避风险的方法；熟悉经营风险的含义、来源、影响和回避风险的方法；掌握收益与风险的关系、预期收益率的组成、无风险利率的含义和不同风险补偿。

难点：掌握未来收益的概率分布以及证券预期收益计算；掌握风险量的计算方法；掌握风险—收益分析下的证券选择；掌握无差异曲线的含义、特征及不同风险偏好的投资者所对应的无差异曲线；掌握协方差和相关系数在证券组合中的意义和计算；掌握资产组合风险的计算；掌握系统风险的衡量、 $\beta$ 值的计算、不同 $\beta$ 值风险度。

#### 第五章 证券投资对象分析

##### 第一节 债券分析

##### 第二节 股票分析

##### 第三节 其他投资工具分析

重点：掌握政府债券的投资分析；掌握债券定价定理和债券定价方法的应用；掌握利率期限结构的含义和限制性条件、收益率曲线的类型以及各自特征；掌握股票定价模型的原理及应用。

难点：掌握认股权证的理论价值、杠杆作用及计算；熟悉可转换债券的意义和特点；掌握可转换债券的转换条件；掌握可转换债券价值、价格的含义和计算。

#### 第六章 证券投资的基本分析

##### 第一节 质因分析—经济分析

##### 第二节 量因分析—财务分析

重点：掌握行业一般特征的分析、经济周期与行业分析、行业生命周期分析；熟悉资产负债表、损益表、现金流量表的结构。

难点：掌握公司偿债能力、资本结构、经营效率、盈利能力、投资收益分析的指标含义和计算。

## 第七章 证券投资的技术分析

### 第一节 K 线理论

### 第二节 移动平均线

### 第三节 指标分析

重点和难点：掌握股价趋势分析的方法；掌握股价形态分析的方法；掌握股价移动平均线、乖离率和 MACD 的应用；

## 第八章 证券投资管理

### 第一节 证券投资管理步骤

### 第二节 股票投资管理

### 第三节 债权投资管理

### 第四节 投资业绩评估

重点：掌握股票投资管理的理论依据和有效市场中的投资策略；掌握积极的股票投资管理策略——以技术分析为基础的策略、以基本分析为基础的策略、以事件研究为基础的策略、以股票投资风格管理为基础的策略；掌握消极的股票投资管理策略——购买并持有策略和指数法策略；掌握债券的持续期和凸性。

难点：掌握夏普业绩指数、特雷诺业绩指数、詹森业绩指数的含义、计算和应用。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	导论	2			
2	第一章 证券投资要素	4			
3	第二章 证券市场的运行与管理	6			
4	第三章 证券交易程序和方式	6			
5	第四章 证券投资的收益和风险	3			
6	第五章 证券投资对象分析	6		2	
7	第六章 证券投资的基本分析	6		2	
8	第七章 证券投资的技术分析	6		2	
9	第八章 证券投资管理	3			
合计		42		6	
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，考核方式为开卷。

总成绩评定由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学，宏观经济学，会计学，货币银行学，财务管理，金融市场学，计算机基础

后续课程和教学环节：投资银行学，金融监管学，固定收益证券，金融衍生工具开发，基金投资与管理，金融风险管理，财务分析，金融工程学，金融衍生工具开发课程设计

平行开设课程和教学环节：期货投资理论与实务

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

霍文文. 证券投资学（第四版）. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. (美) 滋维·博迪, (美) 亚历克斯·凯恩, (美) 艾伦 J. 马库斯. 投资学. 机械工业出版社.

2. 任淮秀. 证券投资学（第二版）. 高等教育出版社.

3. 陈广志, 尚文秀. 证券投资学（第二版）. 经济科学出版社.

4. 李延喜, 兆文军, 刘井建, 等. 证券投资学. 清华大学出版社.

制订人：乔小燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《计量经济学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Econometric

课程代码: BU242508

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

《计量经济学》是经济管理类专业必修的核心课程。通过计量经济学课程的学习,使学生掌握计量经济学的基本概念、基本理论和基本方法,初步学会建立和使用计量经济模型,培养学生运用计量经济学知识处理经济管理问题的能力。

具体达到以下目标及要求:(1)了解现代经济学的特征,了解经济数量分析课程在经济学课程体系中的地位,了解经济数量分析在经济学科的发展和实际经济工作中的作用;(2)掌握基本的经典计量经济学理论与方法,并对计量经济学理论与方法的扩展和新发展有概念性了解;(3)能够建立并应用简单的计量经济学模型,对现实经济现象中的数量关系进行实证分析;(4)具有进一步学习与应用计量经济学理论、方法与模型的基础和能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1章 绪论

1.1 计量经济学的定义

1.2 计量经济学的特点

1.3 计量经济学的目的

1.4 计量经济学的内容及研究问题的方法

重点: 计量经济学研究问题的方法和框架

#### 第2章 一元线性回归模型

2.1 模型的建立及其假定条件

2.2 一元线性回归模型的参数估计

2.3 最小二乘估计量的统计性质

2.4 用样本可决系数检验回归方程的拟合优度

2.5 回归系数估计值的显著性检验与置信区间

重点：最小二乘法的统计性质

难点：计量模型的设定和假设条件：无偏性、有效性和一致性。

### 第3章 多元线性回归模型

3.1 模型的建立及其假定条件

3.2 最小二乘法

3.3 最小二乘估计量的特性

3.4 可决系数

3.5 显著性检验与置信区间

重点：显著性检验

### 第4章 非线性回归模型的线性化

4.1 变量间的非线性关系

4.2 线性化方法一

### 第5章 异方差

5.1 异方差的概念

5.2 异方差的来源与后果

5.3 异方差检验

5.4 异方差的修正方法——加权最小二乘法

难点：异方差修正的处理方法

### 第6章 自相关

6.1 非自相关假定

6.2 自相关的来源与后果

6.3 自相关检验

6.4 自相关的解决方法

6.5 克服自相关的矩阵描述

6.6 自相关系数的估计

难点：自相关的解决办法

### 第7章 多重共线性

7.1 多重共线性的概念

- 7.2 多重共线性的来源与后果
- 7.3 多重共线性的检验
- 7.4 多重共线性的修正方法
- 第 8 章 模型中的特殊解释变量
  - 8.1 随机解释变量
  - 8.2 滞后变量
  - 8.3 虚拟变量
  - 8.4 时间变量

重点：虚拟变量的设置和计量解释
- 第 9 章 联立方程模型
  - 9.1 联立方程模型的概念
  - 9.2 联立方程模型分类
  - 9.3 联立方程模型的识别
  - 9.4 联立方程模型的识别条件
  - 9.5 联立方程模型的估计

难点：方程组的识别条件
- 第 10 章 模型的诊断与检验
  - 10.1 模型总显著性的 F 检验
  - 10.2 模型单个回归参数显著性的 f 检验
  - 10.3 检验若干线性约束条件是否成立的 F 检验
  - 10.4 似然比 (LR) 检验
  - 10.5 沃尔德 (Wald) 检验
  - 10.6 拉格朗日乘子 (堦) 检验
  - 10.7 邹 (Chow) 突变点检验
  - 10.8 JB (Jarque-Bera) 正态分布检验
  - 10.9 格兰杰 (Granger) 因果性检验

重点：Granger 因果性检验

难点：Granger 因果性的解释
- 第 11 章 时间序列模型
  - 11.1 时间序列定义
  - 11.2 时间序列模型分类
  - 11.3 Wold 分解定理
  - 11.4 自相关函数
  - 11.5 偏自相关函数

11.6 时间序列模型的建立与预测

重点：ARMA 模型的设置

难点：ARMA 模型的预测分析

第 12 章 面板数据模型

12.1 面板数据定义

12.2 面板数据模型分类

12.3 面板数据模型的估计方法

12.4 面板数据模型的设定与检验

重点：面板回归的估计方法

难点：面板回归的检验分析

第 13 章 非平稳经济变量与协整

13.1 非平稳时间序列与虚假回归

13.2 单位根检验

13.3 经济变量的协整

13.4 误差修正模型

重点：协整关系的检验

难点：误差修正模型系数的解释

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第 1 章 绪论 第 2 章 一元线性回归模型	4			
2	第 3 章 多元线性回归模型 第 4 章 非线性回归模型的线性化	3		2	
3	第 5 章 异方差 第 6 章 自相关 第 7 章 多重共线性	9		2	
4	第 8 章 模型中的特殊解释变量 第 9 章 联立方程模型 第 10 章 模型的诊断与检验	3		2	
5	第 11 章 时间序列模型	6		1	
6	第 12 章 面板数据模型	9		1	
7	第 13 章 非平稳经济变量与协整	6			
8					
合计		40		8	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	第3章多元回归模型 Eviews 操作	2		
2	第5-7章异方差自相关多重共线性 Eviews 操作	2		
3	第10章模型中的特殊解释变量 Eviews 操作	2		
4	第11章 时间序列模型 Eviews 操作	1		
5	第12章 面板数据模型 Eviews 操作	1		

### 四、相关说明

#### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程是考查课，以课程论文为主，平时成绩 60%，结业论文成绩 40%。

#### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、统计学、线性代数、概率论和数理统计

后续课程和教学环节：金融时间序列分析

平行开设课程和教学环节：统计分析软件

### 五、教材和主要参考书目

#### （一）教材

张晓峒. 计量经济学基础(第四版). 南开大学出版社.

#### （二）主要参考书目

1. 李子奈. 计量经济学(第三版). 高等教育出版社.
2. 古扎拉蒂著,费剑平译. 计量经济学基础. 中国人民大学出版社.

制订人：史嵘

审核人：万正晓

审定人：余晓红

# 《投资银行学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Investment banking

课程代码: BU242509

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

《投资银行学》是我国金融领域的一门新兴学科，也是金融专业本科教育的一门基本理论与基本业务知识相结合的应用学科。它以现代投资银行的业务运作实践为基本素材，阐述投资银行的功能、组织结构和投资银行业的监管，系统介绍投资银行业务的基本原理、运作机制和管理方法，探讨我国投资银行业发展的基本理论与实际问题。

课程目的在于通过教学活动，使学生掌握以下三个方面的知识及相关技能：一是了解投资银行发展的简史和投资银行业务的不断创新；二是掌握投资银行的相关金融理论；三是熟悉投资银行的主要业务，包括证券发行与承销业务、兼并与收购业务、资产证券化、项目融资业务等。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 投资银行概述

第一节 投资银行的定义及基本业务

第二节 投资银行的存在形式和组织形式

第三节 投资银行的基本经济功能

第四节 我国投资银行的发展

重点: 投资银行学基本定义与业务范围

难点: 投资银行学发展

## 第二章 股份有限公司与首次公开发行

### 第一节 股份有限公司

### 第二节 上市融资的动机

### 第三节 首次公开发行与股票上市

### 第四节 股票发行方式

### 第五节 股票上市

### 第六节 股票发行定价

### 第七节 买壳上市

重点：股份公司上市与股票发行

难点：股票定价与买壳上市

## 第三章 上市公司再融资

### 第一节 上市公司发行新股

### 第二节 上市公司发行可转换公司债券

### 第三节 再融资的承销风险

重点：再融资的方式

难点：可转换债券

## 第四章 债券的发行和承销

### 第一节 债券的基本知识

### 第二节 国债的发行与承销

### 第三节 金融债券的发行

### 第四节 公司债券的发行与承销

### 第五节 短期融资券与中期票据的发行

### 第六节 我国的债券交易市场

重点：债券基本知识

难点：债券发行

## 第五章 公司并购

### 第一节 并购的概念和类型

### 第二节 公司并购的动因

### 第三节 公司并购的一般操作程序

### 第四节 公司并购的支付方式

## 第五节 杠杆收购

## 第六节 反收购策略

## 第七节 要约收购

重点：公司并购类型与流程

难点：杠杆并购

## 第六章 资产证券化

### 第一节 资产证券化的基本概念

### 第二节 资产证券化的主要类型

### 第三节 资产证券化的收益和风险分析

### 第四节 我国资产证券化的发展

重点：资产证券化概念

难点：资产证券化的结构

## 第七章 项目融资

### 第一节 项目融资的基本概念

### 第二节 项目融资的基本结构

### 第三节 “产品支付法”或“产品购买协议”模式

### 第四节 BOT 模式

### 第五节 PPP 模式和 PFI 模式

重点：项目融资模式

难点：各种项目融资模式的结构

## 第八章 资产管理业务

### 第一节 资产管理业务概述

### 第二节 证券投资基金

### 第三节 私募基金

重点：资产管理业务

难点：私募基金

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 投资银行概述	4			
2	第2章 股份有限公司与首次公开发行	8			
3	第3章 上市公司再融资	4			
4	第4章 债券的发行和承销	2			
5	第5章 公司并购	6			
6	第6章 资产证券化	2			
7	第7章 项目融资	4			
8	第8章 资产管理业务	2			
	合计	32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，考核方式为开卷。

总成绩评定由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。其中，平时成绩 60% 由作业 30%，课堂发言 10%，考勤 20% 构成。期末成绩 40% 为期末考试成绩。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、货币银行学、证券投资学

后续课程和教学环节：金融衍生品工具开发、金融风险管理

平行开设课程和教学环节：国际金融

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

马晓军. 投资银行学：理论与案例. 机械工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 周莉. 投资银行学(第三版). 高教出版社.
2. 黄亚钧, 谢联胜. 投资银行理论与实务. 高等教育出版社.
3. 任淮秀. 投资银行业务与经营. 中国人民大学出版社.

制订人：刘霞

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《上市公司报表分析》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Statement Analysis

课程代码: BU242515

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

**教学目标:** 通过本课程的学习, 对基于财务报表分析的证券投资方法有一个全面的理解, 并在此基础上发展出一套科学的盈余预测和股票价值评估方法。本课程的核心成果是一套同学自己开发的 Excel 股票定价系统, 和写作的投资分析报告。

**教学要求:** 讲述如何为了证券定价的目的进行财务报表分析, 将财务报表分析与证券定价直接地、具体地结合起来, 使学生可以一层层地解剖各种财务报表数据, 一步步地调整原始形态的数据, 将其转化为对评估企业价值有帮助的数据, 并最终利用这些数据对企业的价值做出评估。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 会计信息与证券市场

##### 第一节 引言

##### 第二节 企业、投资者与资本市场的关系

##### 第三节 中国股票市场介绍

##### 第四节 企业定价的信息基础及会计信息在企业定价中的地位

##### 第五节 证券分析师与分析师预测

**教学重点:** 掌握企业、投资者与资本市场的关系, 掌握企业定价的信息基础及会计信息在企业定价中的地位, 掌握证券分析师与分析师预测。

**教学难点:** 掌握企业定价的信息基础及会计信息在企业定价中的地位。

## 第二章 基于价值评估的资产负债表分析

### 第一节 资产负债表介绍

### 第二节 资产的价值决定因素

### 第三节 会计的稳健性原则与资产的定义

### 第四节 资产项目的价值低估与隐性资产

### 第五节 负债项目的价值评估与隐性负债

### 第六节 同比分析方法

教学重点：掌握资产负债表，掌握资产的价值决定因素，掌握会计的稳健性原则与资产的定义，掌握资产项目的价值低估与隐性资产，掌握负债项目的价值评估与隐性负债，掌握同比分析方法。

教学难点：掌握资产的价值决定因素、会计的稳健性原则与资产的定义。

## 第三章 基于价值评估的损益表分析

### 第一节 损益表介绍

### 第二节 现金制会计方法与应计制会计方法

### 第三节 应计制会计方法与收入确认

### 第四节 配比会计原则、稳健性原则与费用确认

### 第五节 支出的费用化与资产化

### 第六节 证券分析师与盈余预测

教学重点：掌握损益表，掌握现金制会计方法与应计制会计方法，掌握应计制会计方法，掌握配比会计原则、稳健性原则，掌握支出的费用化与资产化，掌握证券分析师与盈余预测

教学难点：掌握现金制会计方法与应计制会计方法、应计制会计方法与收入确认、配比会计原则。

## 第四章 基于价值评估的现金流量表分析

### 第一节 现金流量表介绍

### 第二节 准备现金流量表的意義

### 第三节 现金流量表和资产负债表、损益表的关系

### 第四节 从现金流量表分析企业发展周期

教学重点：掌握现金流量表，掌握准备现金流量表，掌握现金流量表和资产负债表、损益表的关系，掌握从现金流量表分析企业发展周期。

教学难点：掌握现金流量表和资产负债表、损益表的基本内容。

## 第五章 基于价值评估的非财务信息分析

### 第一节 非财务信息概述

### 第二节 宏观信息

### 第三节 行业信息

### 第四节 企业非会计信息

教学重点：掌握非财务信息概述、宏观信息、行业信息和企业非会计信息。

教学难点：掌握行业信息和企业非会计信息。

## 第六章 盈利能力分析

### 第一节 盈利能力分析基本框架概述

### 第二节 资产回报率分析

### 第三节 股东权益回报率分析

### 第四节 资产周转率和销售利润率分析

### 第五节 我国上市公司盈利能力分析

教学重点：掌握资产回报率分析、股东权益回报率分析、资产周转率和销售利润率分析和我国上市公司盈利能力分析。

教学难点：掌握资产回报率分析、股东权益回报率分析。

## 第七章 投资风险分析

### 第一节 什么是风险？

### 第二节 证券投资风险与资本成本

### 第三节 投资风险的衡量

### 第四节 风险溢价和资本成本的衡量

### 第五节 基于财务报表的风险分析

教学重点：掌握证券投资风险与资本成本，掌握投资风险的衡量、风险溢价和资本成本的衡量，掌握基于财务报表的风险分析。

教学难点：理解投资风险的衡量、风险溢价和资本成本的衡量。

## 第八章 盈余特征、盈余质量与盈余预测

### 第一节 盈余特征与盈余质量问题概述

### 第二节 应计盈余、现金盈余与盈余的持续性

### 第三节 稳健性原则与盈余的持续性

### 第四节 盈余的均值回转特征与盈余的持续性

**教学重点：**掌握盈余特征与盈余质量问题，掌握应计盈余、现金盈余与盈余的持续性，掌握稳健性原则与盈余的持续性，掌握盈余的均值回转特征与盈余的持续性。

**教学难点：**理解应计盈余、现金盈余与盈余的持续性、稳健性原则与盈余的持续性。

## 第九章 盈余操纵分析

### 第一节 盈余操纵问题概述

### 第二节 盈余操纵的基本手段与发现盈余操纵的基本方法概述

### 第三节 以增加收入为目的的操纵

### 第四节 以减少费用为目的的操纵

### 第五节 以增加费用为目的的操纵(洗大澡)

### 第六节 综合案例

**教学重点：**掌握盈余操纵的基本手段与发现盈余操纵的基本方法。

**教学难点：**理解以增加收入为目的的操纵、以减少费用为目的的操纵、以增加费用为目的的操纵。

## 第十章 盈余预测

### 第一节 盈余预测问题概述

### 第二节 结构化盈余预测

### 第三节 基于盈余时间序列的简化预测

### 第四节 盈余操纵影响的调整

### 第五节 盈余特征和盈余质量的影响

**教学重点：**掌握盈余预测问题、结构化盈余预测、基于盈余时间序列的简化预测、盈余操纵影响的调整和盈余特征和盈余质量的影响。

**教学难点：**掌握基于盈余时间序列的简化预测。

## 第十一章 基于盈余预测的价值评估与投资决策

### 第一节 价值评估与投资决策概述

### 第二节 起点

### 第三节 股利折现模型

### 第四节 现金流折现模型

### 第五节 剩余收益定价模型

### 第六节 对比定价法

### 第七节 价值评估与投资决策

**教学重点：**掌握价值评估与投资决策，掌握起点、股利折现模型、现金流折现模型、剩余收益定价模型，掌握对比定价法、价值评估与投资决策。

**教学难点：**理解股利折现模型、现金流折现模型、剩余收益定价模型、对比定价法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 会计信息与证券市场	4			
2	第二章 基于价值评估的资产负债表分析	5			
3	第三章 基于价值评估的损益表分析	5			
4	第四章 基于价值评估的现金流量表分析	4			
5	第五章 基于价值评估的非财务信息分析	4			
6	第六章 盈利能力分析	6			
7	第七章 投资风险分析	4			
8	第八章 盈余特征、盈余质量与盈余预测	4			
9	第九章 盈余操纵分析	4			
10	第十章 盈余预测	4			
11	第十一章 基于盈余预测的价值评估与投资决策	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

期末考试：40%；分析师报告 25%；Excel 估值模型 25%；平时表现 10%

要求生需要阅读大量的资料，具有基本的数据处理能力，会利用 Excel 或 SAS 等工具分析数据。同时，学生应该发展写作有专业水平的研究报告的能力。本课程的作业由两个研究报告组成。第一个报告是公司分析。第二个报告是股票交易策略设计。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学、管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：公司金融

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

姜国华. 财务报表分析与证券投资. 北京大学.

### (二) 主要参考书目

1. (美)佩因曼著, 刘力, 陆正飞译. 财务报表分析与证券定价. 中国财经出版社.
2. 陈兆松, 向锐. 财务报表解读与证券投资分析. 机械工业出版社.
3. 张新民. 企业财务报表分析: 教程与案例. 对外经济贸易大学出版社.
4. 美斯蒂芬·H·佩因曼 (Stephen H. Penman), 林小驰, 王立彦, 等. 国际经典教材中国版系列: 财务报表分析与证券定价 (第三版). 北京大学出版社.
5. 哈佛商学案例精选集 (英文影印版): 解读财务报表. 中国人民大学出版社.

制订人: 王世文

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《餐饮管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Food and Beverage Management

课程代码: BU251012

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

教学目标: 系统教习餐饮经营类型、餐饮经营策划、餐厅设计与厨房规划、菜单设计、食品原材料的采购与保管、餐饮生产及质量管理、餐饮销售及成本控制等相关知识。

基本要求:

- (1) 了解餐饮经营策划的主要内容, 懂得运用市场学知识进行餐厅经营策划;
- (2) 掌握餐厅和厨房设计的基本要求, 初步学会餐厅和厨房布局的平面图设计;
- (3) 培养菜单设计的实际操作能力;
- (4) 熟悉餐饮生产的基本流程, 掌握服务过程中质量管理的主要方法, 培养处理餐饮投诉的应变能力;
- (5) 掌握基本的餐饮成本控制方法及餐饮市场营销技巧。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 餐饮经营概论

第一节 中西方餐饮业的起源

第二节 餐饮业的市场特征、目标及发展趋势

第三节 餐饮经营类型

基本要求: 重点培养学生学习餐饮管理的兴趣; 了解目前市场上的主要餐饮经营类型及各自的优缺点, 餐饮业发展中的前沿问题及业界发展趋势。

#### 第二章 餐饮经营策划

### 第一节 餐饮经营可行性分析

### 第二节 餐厅选址

### 第三节 餐厅名称及标志

### 第四节 餐饮经营计划

基本要求：重点掌握餐饮经营可行性分析的主要涉及内容；结合实际案例分析、策划餐厅选址；根据不同的餐饮企业类型编制经营计划书。

## 第三章 餐厅设计与厨房规划

### 第一节 餐饮企业空间规划

### 第二节 餐厅设计布局

### 第三节 厨房规划布局

基本要求：掌握不同类型餐饮企业餐厅与厨房的空间布局比例及主要空间区划规则。

## 第四章 菜单设计

### 第一节 菜单的种类

### 第二节 膳食营养与菜单安排

### 第三节 菜单的策划

### 第四节 菜单的定价及策略

基本要求：结合菜单工程的相关知识，掌握菜单定价的方法；重点培养设计制作菜单的能力。

## 第五章 食品原料的采购与保管

### 第一节 食品原料的采购管理

### 第二节 食品原料的验收管理

### 第三节 食品原料的储藏管理

### 第四节 食品原料的发放管理

### 第五节 食品原料的盘存

基本要求：了解食品原材料在采购、验收、储藏和发放过程中可能存在的成本漏损点，重点掌握食品原材料盘存的主要方法，并从企业盈利角度灵活选择使用这些方法。

## 第六章 餐饮生产及服务质量管理

### 第一节 餐饮质量管理概述

### 第二节 餐饮产品的生产

### 第三节 餐饮产品生产质量管理

#### 第四节 餐饮服务质量管理

基本要求：重点掌握餐饮产品生产和服务过程中的质量控制点；培养处理餐饮服务过程中顾客投诉的应变能力。

### 第七章 餐饮销售管理

#### 第一节 餐饮销售控制

#### 第二节 餐饮促销决策

基本要求：了解餐饮销售的主要环节及其控制方法；重点掌握结合餐饮企业具体情况，制定餐饮促销或动方案的方法。

### 第八章 餐饮成本控制

#### 第一节 餐饮成本概述

#### 第二节 餐饮成本核算与成本控制

#### 第三节 饮料成本控制

#### 第四节 人工成本控制

基本要求：了解餐饮成本的构成及控制要点，重点掌握餐饮成本的核算及饮料人工成本的控制方法。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 餐饮经营概论	2			
2	第二章 餐饮经营策划	6			
3	第三章 餐厅设计与厨房规划	4			
4	第四章 菜单设计	8			
5	第五章 食品原料的采购与保管	6			
6	第六章 餐饮生产及服务质量管理	8		3	
7	第七章 餐饮销售管理	4			
8	第八章 餐饮成本控制	4		3	
合计		42		6	
		48			

## 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	餐饮接待服务及餐厅管理	3		
2	厨房管理、餐饮报表管理	3		

### 四、相关说明

#### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，成绩评定按平时成绩 60%，期末成绩 40%的比例核算最终考核成绩。其中上机操作 6 学时，按平时成绩 10%计入。

#### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：酒店管理概论

后续课程和教学环节：旅游业质量管理体系、酒店服务管理、酒吧经营管理

平行开设课程和教学环节：旅游市场营销

### 五、教材和主要参考书目

#### （一）教材

黄文波. 餐饮管理（第三版）. 南开大学出版社.

#### （二）主要参考书目

1. 蔡万坤. 餐饮管理（第三版）. 高等教育出版社.
2. 吴克祥. 餐饮经营管理（第二版）. 南开大学出版社.
3. 吉田文和著, 杨玉辉译. 完全餐饮店. 东方出版社.

制订人：谢 佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《营销渠道管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing Channels Management

课程代码: BU251201

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

课程任务: 通过本课程的学习, 使学生了解企业的营销渠道管理过程, 掌握解决渠道问题的理论基础和管理技能。

基本要求: 要求学生具备对企业营销渠道问题的分析和诊断能力; 了解企业渠道冲突的常见问题, 掌握常用解决方法; 掌握营销渠道设计的基本原则和方法, 能够较全面地评价企业的营销渠道质量; 理解渠道危机管理的基本内容; 能够以动态管理的思维和方法, 解决企业营销渠道管理决策中出现的问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 分销渠道管理概论

##### 第一节 分销渠道概论

##### 第二节 分销渠道的功能和参与者

##### 第三节 分销渠道的管理

##### 第四节 影响渠道的环境因素分析

基本要求: 要求学生了解分销渠道的概念, 了解分销渠道的功能和参与者, 掌握影响企业分销渠道设计的因素。

重点: 分销渠道的概念、分销渠道的功能和参与者、影响企业分销渠道设计的因素

难点: 分销渠道的功能和参与者, 影响企业分销渠道设计的因素

#### 第二章 分销渠道的组织结构模式

## 第一节 传统分销渠道

## 第二节 垂直分销渠道

## 第三节 水平分销渠道

## 第四节 复合分销渠道

## 第五节 分销渠道体系的演变和发展趋势

基本要求：要求学生掌握不同分销渠道模式的定义及优缺点，了解分销渠道体系演变及发展趋势。

重点：不同分销渠道模式的优缺点、分销渠道体系演变及发展趋势

难点：不同分销渠道模式的优缺点

## 第三章 分销渠道成员分析

### 第一节 批发商

### 第二节 零售商

### 第三节 连锁与特许经营渠道成员

### 第四节 无店铺分销渠道及其成员

基本要求：要求学生了解批发商及零售商的定义，掌握零售商的职能与类型，掌握连锁与特许经营模式的特点，掌握无店铺分销渠道的类型。

重点：批发商及零售商的定义、零售商的职能与类型、连锁与特许经营模式的特点、无店铺分销渠道的类型

难点：连锁与特许经营模式的特点、无店铺分销渠道的类型

## 第四章 分销渠道的设计

### 第一节 分销渠道战略的规划和渠道设计

### 第二节 渠道设计：确定渠道设计的需要、目标和任务

### 第三节 渠道设计：开发可选择的渠道结构

### 第四节 渠道设计：评价影响渠道结构的因素

### 第五节 渠道设计：选择“最佳”渠道结构

基本要求：要求学生了解分销渠道设计的步骤，掌握影响分销渠道设计的因素。

重点：分销渠道设计的步骤、影响分销渠道设计的因素

难点：影响分销渠道设计的因素

## 第五章 分销渠道成员的选择

### 第一节 渠道成员选择的重要性、原则和步骤

### 第二节 确定潜在渠道成员的名单

### 第三节 评价和选择渠道成员

#### 第四节 吸引和获得渠道成员

#### 第五节 渠道成员的认证和培训

基本要求：要求学生了解渠道成员选择的原则与步骤，掌握评价和选择渠道成员的标准，了解对渠道成员的培训方法。

重点：渠道成员选择的原则与步骤、评价和选择渠道成员的标准、渠道成员的培训方法

难点：评价和选择渠道成员的标准、渠道成员的培训方法

### 第六章 分销渠道的权力、激励与控制

#### 第一节 分销渠道中的权力管理

#### 第二节 分销渠道激励

#### 第三节 分销渠道控制

基本要求：要求学生了解对分销渠道成员控制与激励的重要性，掌握对分销渠道成员控制的方法，掌握对分销渠道成员激励的方法。

重点：分销渠道成员控制与激励的重要性、分销渠道成员控制的方法、分销渠道成员激励的方法

难点：分销渠道成员控制的方法、分销渠道成员激励的方法

### 第七章 渠道冲突与合作管理

#### 第一节 渠道冲突概述

#### 第二节 分销渠道冲突的原因

#### 第三节 分销渠道冲突的解决办法

#### 第四节 渠道窜货及其对策

#### 第五节 渠道战略联盟管理

基本要求：要求学生了解渠道冲突的危害，掌握分销渠道冲突产生的原因，掌握分销渠道冲突的解决方法，掌握窜货产生的原因及解决对策。

重点：分销渠道冲突产生的原因、分销渠道冲突的解决方法、窜货产生的原因及解决对策

难点：分销渠道冲突的解决方法、窜货产生的原因及解决对策

### 第八章 渠道管理中的营销组合问题

#### 第一节 产品决策与渠道管理

#### 第二节 定价决策与渠道管理

#### 第三节 促销决策与渠道管理

基本要求：要求学生了解渠道中营销组合问题管理的重要性，掌握渠道管理中的产品决策，掌握渠道管理中的定价决策，掌握渠道管理中的促销决策。

重点：渠道管理中的产品决策、渠道管理中的定价决策、渠道管理中的促销决策

难点：渠道管理中的产品决策、渠道管理中的促销决策

## 第九章 渠道物流与信息管理

### 第一节 渠道物流与物流管理

### 第二节 物流和供应链管理技术

### 第三节 渠道信息管理技术

基本要求：要求学生了解渠道物流和渠道信息流管理的重要性，掌握对渠道物流的管理方法，掌握对渠道信息流管理的技术和方法。

重点：渠道物流的管理方法、渠道信息流管理的技术和方法

难点：渠道信息流管理的技术和方法

## 第十章 渠道绩效的评价

### 第一节 渠道绩效评价概论

### 第二节 渠道整体绩效的评价

### 第三节 渠道成员绩效的评价

基本要求：要求学生了解渠道绩效评价的重要性，掌握渠道整体绩效的评价方法，掌握对渠道成员绩效的评价方法。

重点：渠道整体绩效的评价方法、渠道成员绩效的评价方法

难点：渠道成员绩效的评价方法、渠道成员绩效的评价方法

## 第十一章 不同行业和产品分销渠道的构建

### 第一节 快速消费品分销渠道

### 第二节 耐用消费品分销渠道

### 第三节 服务业分销渠道

### 第四节 IT 和高科技产品分销渠道

基本要求：要求学生了解为不同行业设计不同分销渠道的必要性，掌握不同行业分销渠道的设计原则与方法。

重点：快速消费品分销渠道的设计原则与方法、耐用消费品分销渠道的设计原则与方法、服务业分销渠道的设计原则与方法

难点：快速消费品分销渠道的设计原则与方法、耐用消费品分销渠道的设计原则与方法

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	分销渠道管理概论	4			
2	分销渠道的组织结构模式	4			
3	分销渠道成员分析	4			
4	分销渠道的设计	4			
5	案例讨论 1				2
6	分销渠道成员的选择	4			
7	分销渠道的权力、激励与控制	4			
8	渠道冲突与合作管理	4			
9	案例讨论 2				2
10	渠道管理中的营销组合问题	4			
11	渠道物流与信息管理	4			
12	渠道绩效的评价	4			
13	不同行业和产品分销渠道的构建	4			
合计： 48		44			4
		44			4

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课。

成绩评定方式：通过平时上课表现和期末考试评定成绩，其中平时占 30%，期末占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

胡介坝. 分销渠道管理. 东北财经大学出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 常永胜.营销渠道：理论与实务.中国人民大学出版社.
2. 陈涛. 营销渠道管理. 机械工业出版社.
3. 王国才,王希凤.营销渠道.清华大学出版社.
4. 庄贵军. 营销渠道管理. 北京大学出版社.

制订人：史晓飞

审核人：王 勇

审定人：余晓红

# 《景点景区管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Management of Scenic Spots and Areas

课程代码: BU251317

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

1、教学目标。景点景区是最为重要的旅游资源，是旅游业生存和发展的基础。本课程将系统讲授景点景区的概念、分类，景点景区的各种管理要素和原则，以及景点景区的发展趋势。本课程的设置将有利于学生增加对旅游业的了解、提高学生的专业素质，更好地为旅游业服务。本课程是旅游管理专业必修的考试课。

2、基本要求。景点景区管理是旅游专业的基础课程之一，具有一定的理论性和很强的实践性。本课程将结合景点景区的发展历程和典型案例，帮助学生了解和掌握景点景区的经营管理，进一步完善旅游管理的专业知识结构，着重提高分析和解决旅游企业管理实际问题的基本能力，为今后从事旅游景区经营管理工作打好基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 什么是景点景区管理

第一节 景点景区管理之我见（学生谈，老师评）

第二节 景点与景区的异同

第三节 景点景区管理的重要性和基本原则

第四节 景点景区管理的特点

#### 第二章 景点景区管理的性质、职能和任务

第一节 景点景区管理的性质

第二节 景点景区管理的职能

第三节 景点景区管理的任务

#### 第三章 景点景区计划管理的策划、执行和监督

- 第一节 景点景区计划管理的策划
- 第二节 景点景区计划管理的执行
- 第三节 景点景区计划管理的监督
- 第四节 景点景区的质量管理
- 第四章 景点景区的规划建设和资源开发
  - 第一节 景点景区的规划建设
  - 第二节 景点景区的资源开发
- 第五章 景点景区的人员管理
  - 第一节 景点景区人员管理的职能和任务
  - 第二节 景点景区人员的招聘
  - 第三节 景点景区管理的管理
- 第六章 景点景区的财务与价格管理
  - 第一节 景点景区的财务管理
  - 第二节 景点景区的价格管理
- 第七章 景点景区的形象塑造与推广营销
  - 第一节 景点景区的主题定位
  - 第二节 景点景区的形象塑造
  - 第三节 景点景区的推广营销
- 第八章 景点景区的管理现代化及其发展趋势
  - 第一节 景点景区的管理现代化
  - 第二节 景点景区的发展趋势
- 复习考试

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 什么是景点景区管理	3			
2	第二章 景点景区管理的性质、职能和任务	6			
3	第三章 景点景区计划管理的策划、执行和监督	3			
4	第四章 景点景区的规划建设和资源开发	9			
5	第五章 景点景区的人员管理	6			
6	第六章 景点景区的财务与价格管理	6			
7	第七章 景点景区的形象塑造与推广营销	9			
8	第八章 景点景区的管理现代化及其发展趋势	3			
9	复习、考查	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

考核方式：考试，课堂考试与写论文相结合；课堂考试考核基本知识，写论文则就某一重点提前准备、专门论述。

成绩评定方式：平时成绩占 30%，期末考试占 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论等

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：旅游开发与规划等

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

陈来生. 旅游创意与专项策划. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 陈玉英. 景区经营与管理. 北京大学出版社.
2. 李长秋. 旅游景区管理. 旅游教育出版社.
3. 赵黎明. 旅游景区管理学. 南开大学出版社.

制订人：陈来生

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游日语 A（一）》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Japanese A1

课程代码: BU251318

课程类别: 一般必修

学 时: 64

学 分: 4

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,进行日语入门教育,系统地学习日语基础语言知识,包括课文、生词、语法,练习及必要的日语小知识等辅助材料。培养学生掌握基础知识,训练听说读写译的基本技能。了解、熟悉日本的有关情况,学会简单的应酬语,从最基本、最常见的典型话题着手学习日常用语,重视学生的听说能力的训练。

日语涉及的口语训练较多,因此授课时尽量注意师生的互动,努力营造放松而不松懈,紧张而不慌张的氛围,并尽可能引导学生用日语进行交流。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

日语语音

基本要求: 掌握五十音图的发音与书写

重点: 假名的发音和书写

难点: 发音部位及要点

基本要求: 掌握浊音、半浊音、促音、拨音、拗音的发音和书写。

重点: 假名的发音和书写

难点: 鼻浊音的发音、拗音的发音

第1课 わたしは田中です

基本要求:

1、掌握新出现的句型

①～は～です

② ～は～ですか

③ ～は～ではありません

④ ～は～の～です（所属）

2、熟悉一些重点词语的用法。

重点：～は～です的基本句型

难点：接尾词「さん」的用法。

## 第2课 これは本です

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①これ/それ/あれは～です

②この/その/あの～は～ですか

③～は～の～です（内容及其他）

2、熟悉一些重点词语的用法。

重点：これ/それ/あれは～です的句型

难点：こそあと系的用法

## 第3课 ここは学校です

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①ここ/そこ/あそこは～です

②～はここ/そこ/あそこです

③～は～ですか，～ですか

④～も～です

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：～は～ですか，～ですかの句型

难点：数的数法

## 第4课 昨日は6月29日でした

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①～は～でした/ではありませんでした

②～時に～ます

③～から～まで～ます

④～ます/ません

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：名词谓语句的过去式

难点：动词的活用[ます形]

第5课 田中さんは会社へ行きます

基本要求

1、掌握新出现的句型

①~へ（に）行きます

②~で行きます

③~から来ます

④~と行きます

2、熟悉一些重点词语的用法；

重点：~へ（に）行きます

难点：時と時間

第6课 田中さんは新聞を読みます

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①~を~ます

②~で~ます（场所）

③~を~します

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：动词谓语句

难点：助词“に”的用法

第7课 田中さんは万年筆で書きます

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①~で~を~ます（手段、方法）

②~に~を~ます

③~から~を~ます

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：~で~を~ます

难点：授受关系

## 第8课 部屋に机があります

基本要求:

1、掌握新出现的句型

①~に~が~あります/います

②~は~に~あります/います

③~は~どこですか

2、熟悉一些重点词语的用法

重点: 存在句句式

难点: 自身能够活动的物体的存在与自身不能够活动的物体的存在的表达差异

## 第9课 デパートの建物は高いです

基本要求:

1、掌握新出现的句型

①~は~です(形容词)

②~は~です(形容词)

2、熟悉一些重点词语的用法

重点: 形容词谓语句及形容词谓语句

难点: 形容词的过去式

## 第10课 これは古い庭園です

基本要求:

1、掌握新出现的句型

①~は~(い)~です(形容词)

②~は~(な)~です(形容词)

2、熟悉一些重点词语的用法

重点: 形容词修饰名词、形容词修饰名词

难点: たくさん/おおぜい用法的异同

## 第11课 張さんはピンポンが好きです

1、掌握新出现的句型

①~は~が~です

②~は~がわかります

③~は~があります

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：表示人的好恶或水平高低的句型

难点：接续词的用法

#### 第 12 课 中国は日本より広いです

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①~は~より~です

②~は~ほど~くないです/ではありません

③~より~のほうが~です

④~はいちばん~です

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：比较甲乙事物的句型

难点：「では」的接续

#### 第 13 课 田中さんは毎朝紅茶を 2 杯飲みます

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①~は~を~個/人/本~ます

②~は~時間/日/週間~ます

③~は~に~回/個~ます

④~です（ます）から、~です（ます）

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：~は~を~個/人/本~ます

难点：数量表达法

#### 第 14 课 わたしは本がほしいです

基本要求：

1、掌握新出现的句型

①~は~が~ほしいです

②~は~が（を）~たいです

③~へ~を~に行きます/来ます/帰ります

2、熟悉一些重点词语的用法

重点：は~が（を）~たいです

难点：~ませんか/ましょうか异同之处

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	五十音图、浊音、半浊音、促音、拨音、拗音	6			
2	第1课 わたしは田中です	4			
3	第2课 これは本です	4			
4	第3课 ここは学校です	4			
5	第4课 昨日は6月29日でした	4			
6	第5课 田中さんは会社へ行きます	4			
7	第6课 田中さんは新聞を読みます	4			
8	第7课 田中さんは万年筆で書きます	4			
9	第8课 部屋に机があります	4			
10	第9课 デパートの建物は高いです	4			
11	第10课 これは古い庭園です	4			
12	第11课 張さんはピンポンが好きです	4			
13	第12课 中国は日本より広いです	4			
14	第13课 田中さんは毎朝紅茶を2杯飲みます	4			
15	第14课 わたしは本がほしいです	4			
16	复习	2			
合计		64			
		64			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课。

成绩评定:考试成绩 70% ; 平时成绩 30%

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节: 无

后续课程和教学环节: 旅游日语 A (二)

平行开设课程和教学环节: 无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

人民教育出版社, 光村图书出版株式会社. 中日交流标准日本语初级(上). 人民教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 朱金和, 朱伟国. 中日交流标准日本语同步辅导. 人民教育出版社
2. 福田真理子. 日语语法越学越简单——基础日语语法入门. 世界图书出版公司.
3. 由志慎. 新综合日本语基础日语. 大连理工大学出版社.
4. 张康诞. 入门日语天天学基础日语会话. 上海教育出版社.

制订人: 于德珍

审核人: 黎宏宝

审定人: 余晓红

# 《保险学 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Insurance

课程代码: BU251511

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程主要研究和阐述保险学的一般规律、保险学的基本理论;介绍了保险的基本业务和基础知识。通过本课程的学习,可以使明确保险学科的研究对象、牢固掌握保险学的最基本概念和基础知识,初步了解保险的基本业务。学习《保险学》课程还可以更好地完善学生的知识结构、开阔视野、提高学生今后从事金融工作的综合素质。

要求学生能了解课程的体系、内容结构,对保险学科有一个总体的把握;牢固掌握保险学的基本概念,深刻理解保险学的基本理论,掌握保险学的基本原理和学科方法,了解保险学科的发展前沿;学会理论联系实际,掌握运用所学理论知识和保险学的原理和方法分析现实保险业务问题和具体案例的能力;学习掌握从事保险业务实践,并从中探索一般规律和理论概括的思维方法。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 风险管理概述

##### 第一节 风险及其特征与类型

##### 第二节 风险管理

##### 第三节 风险处理的基本方式

重点: 掌握风险、可保风险、纯粹风险、风险管理的基本概念;

难点: 理解风险的三要素及其三者之间的关系,风险管理的基本程序,风险处理的方法和可保风险的构成要件。

## 第二章 保险原理

### 第一节 保险的含义与特征

### 第二节 保险的产生与发展

### 第三节 保险的职能与作用

### 第四节 保险的分类

重点：掌握保险的基本概念及其主要分类，商业保险与社会保险，商业保险与储蓄，商业保险与赌博之间的联系、区别；掌握保险业发展的特点和趋势。理解保险的基本职能与派生职能。

难点：掌握保险在微观、宏观经济中的作用及其影响。

## 第三章 保险的基本原则

### 第一节 最大诚信原则

### 第二节 可保利益原则

### 第三节 损失赔偿原则

### 第四节 近因原则

重点：熟练掌握保险四大基本原则的含义及主要内容，熟悉代位求偿、委付和重复保险，掌握可保利益，可保利益原则，最大诚信原则，近因，近因原则，损失补偿原则，代位追偿，委付，重复保险等基本概念。

难点：运用四大基本原则理解和分析实际问题；掌握可保利益的构成要件，坚持可保利益原则的意义，各类保险的可保利益，最大诚信原则的内容，损失补偿原则中被保险人请求损失赔偿的条件，保险人履行损失赔偿的限度，代位原则中的代位追偿权产生的条件，委付的成立条件；能够运用保险的四大基本原则分析现实中的问题。

## 第四章 保险合同

### 第一节 保险合同的的概念与特点

### 第二节 保险合同的主体与客体

### 第三节 保险合同的形式与内容

### 第四节 保险合同的订立与有效性

### 第五节 保险合同的履行

### 第六节 保险合同的变更、解除、终止与争议处理

重点：掌握保险合同的特点和合同的三要素：主体、客体、内容，以及保险合同变更、转让、解除、终止和合同争议处理，充分理解保险合同的权利义务；掌握保险合同、被保险人、受益人、投保人、保险标的、保险金额、保险费、保险单、保险期限、保险责任等基本概念；掌握保险合同三要素：主体、客体、内容，理解保险合同的客体，保险合同的书面形式，保险合同的订立，保险双方的权利义务，保险合同(财险，货物险，人身险)的转让、解除，保险合同终止的原因以及争议处理的方式。

难点：掌握保险合同的特点，能够比较和分析保险合同与一般经济合同之间的联系与区别。

## 第五章 保险市场

### 第一节 保险需求与供给

### 第二节 保险人

### 第三节 投保人与被保险人

### 第四节 保险代理人

### 第五节 保险经纪人

### 第六节 保险公估人

### 第七节 保险市场模式

### 第八节 中国保险市场

重点：掌握保险需求与供给的概念以及影响保险需求与供给的因素；掌握保险人组织形式及各组织形式之间的优势比较，投保人与被保险人的资格及限制；掌握保险代理人、保险经纪人、保险公估人的概念、类型及组织形式。

难点：理解和认识保险中介制度的功能与作用等。

## 第六章 保险经营

### 第一节 保险经营的特点与原则

### 第二节 保险营销

### 第三节 保险展业与承保

### 第四节 保险金额

### 第五节 保险费率

### 第六节 保险赔偿与给付

### 第七节 保险财务

### 第八节 保险防灾减损

重点：理解保险商品和保险经营的特点，掌握保险经营的特殊原则，掌握保险营销的特点，比较各种营销渠道的优势；掌握保险营销、保险展业、定值保险、不定值保险、足额保险、不足额保险、共同保险、各种保险准备金及偿付能力等基本概念。

难点：理解保险费率的构成、保险金额的确定、保险赔偿与给付方式、保险准备金的构成；掌握保险展业渠道与承保控制。

## 第七章 保险投资

### 第一节 保险投资的资金问题

### 第二节 保险投资与资本市场

### 第三节 保险投资工具

### 第四节 保险投资的策略

重点：理解资本市场与保险投资的相互关系，掌握保险投资工具的形式及其投资策略，政府和立法对保险投资的限制与监管；掌握保险投资资金的构成。

难点：理解保险投资与资本市场的相互关系；掌握保险投资工具的形式及其投资策略。

## 第八章 保险监管

第一节 保险监管的基本概念

第二节 保险组织监管

第三节 保险偿付能力监管

第四节 保险市场秩序的监管

第五节 保险投资监管

第六节 保险中间人监管

第七节 保险监管的实施

第八节 保险的立法监管

重点：理解保险监管的意义，比较中外保险监管的差距和不足；掌握保险监管、保险偿付能力监管的概念及原因。

难点：理解保险监管的目标、保险代理人监管、保险经纪人监管、保险行业自律；熟悉保险监管机构及监管手段。

## 第九章 有形财产保险

第一节 有形财产保险概述

第二节 企业财产保险

第三节 家庭财产保险

重点：掌握有形财产保险的特征、种类、赔偿方式，掌握企业财产保险、家庭财产保险的可保财产、保险金额及赔偿方式；熟悉有形财产保险的特征。

难点：理解有形财产保险的作用以及运行机制，尝试分析和解决实际问题，理解企业财产保险、家庭财产保险的保险责任并且能够运用。

## 第十章 无形财产保险

第一节 责任保险

第二节 保证保险

第三节 信用保险

重点和难点：理解无形财产保险的特点及其种类；掌握责任保险、保证保险、信用保险的概念；理解无形财产保险的特点及其种类。

## 第十一章 机动车辆保险

### 第一节 机动车辆保险概述

### 第二节 机动车辆损失保险

### 第三节 机动车辆第三者责任险

### 第四节 机动车辆保险其他基本险及附加险

重点：掌握机动车辆保险的概念和作用，理解机动车辆交通事故责任强制保险和第三者商业责任险的意义与区别。

难点：机动车辆保险的保险责任、免除责任及其具体应用。

## 第十二章 海上保险（略）

## 第十三章 人身保险

### 第一节 人身保险概述

### 第二节 人寿保险

### 第四节 健康保险

重点：掌握人身保险的概念、种类和作用，理解人身保险特有条款的意义与作用，学会运用主要条款，认识人身保险与财产保险的区别；掌握人身保险，人寿保险，意外伤害保险，健康保险基本概念；理解人身保险，人寿保险的分类，意外伤害保险的含义。

难点：健康保险的特点及其为避免逆选择而进行的各种规定，理解人寿保险合同中的不可抗辩条款，宽限期条款，复效条款，自杀条款，年龄误报条款的含义及目的；能够比较分析人身保险与财产保险之间的区别，运用各条款分析现实问题。

## 第十四章 再保险（略）

### （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 风险概述	3			
2	第二章 保险原理	3			
3	第三章 保险基本原则	6			
4	第四章 保险合同	3			2
5	第五章 保险市场	3			
6	第六章 保险经营	3			
7	第七章 保险投资	3			
8	第八章 保险监管	3			
9	第九章 有形财产保险	3			1

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
10	第十章 无形财产保险	3			1
11	第十一章 机动车辆保险	3			1
12	第十三章 人身保险	6			1
合计		42			6
		48			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为闭卷。

总成绩由平时成绩 30%，期末成绩 70% 构成。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：宏观经济学、微观经济学

后续课程和教学环节：职业经理人讲座

平行开设课程和教学环节：无

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

王海艳. 保险学. 机械工业出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 孙祁祥. 保险学. 北京大学出版社.

2. 表宗蔚. 保险学. 首都经贸大学出版社.

3. 魏华林. 保险学. 高等教育出版社.

制订人：乔小燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《固定收益证券》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Fixed Income Securities

课程代码: BU251518

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

帮助学生掌握固定收益证券基本内容, 包括: 固定收益证券的基本特征、品种、风险类别; 到期收益率曲线及利率期限结构; 债券合成以及套利机会的寻找; 持续期与凸性在投资组合风险管理中的应用; 互换、利率远期和期货与回购协议的定价原理及风险管理; 含权证券的价值分析等。

### (二) 教学要求

通过本课程的学习, 使学生了解固定收益证券方面的基本知识; 掌握固定收益证券行业中的重要术语; 掌握分析利率变化和评估固定收益证券及其衍生品价值的工具; 学会管理固定收益证券的利率风险。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 固定收益证券概述

第一节 固定收益证券的重要地位

第二节 固定收益证券的特征

第三节 固定收益证券的风险

第四节 计息与计价习惯

第五节 国外固定收益证券种类

第六节 中国债券市场结构与品种创新

教学重点: 固定收益证券的特征与品种创新

教学难点：计息频率与收益率

## 第二章 到期收益率与总收益分析

第一节 到期收益率

第二节 到期收益率曲线与折现方程

第三节 收益率溢价

第四节 持有收益率与总收益分析

第五节 再投资收益率风险

教学重点：到期收益率曲线与折现方程

教学难点：基于到期收益率曲线的债券定价与折现因子求取

## 第三章 零息债券与附息债券分析

第一节 零息债券

第二节 债券合成

第三节 寻找套利机会

第四节 债券价格的时间效应

教学重点：债券合成与套利机会寻找

教学难点：债券合成与套利机会寻找

## 第四章 持续期与凸性

第一节 影响债券价格-利率敏感性的因素

第二节 持续期

第三节 凸性

第四节 持续期免疫与避险

教学重点：利率风险的度量、基于久期和凸性的利率风险管理

教学难点：基于久期和凸性的利率风险管理

## 第五章 互换

第一节 互换的基本概念与互换的种类

第二节 互换的利益来源与互换市场发展

第三节 互换的定价

第四节 互换的风险

第五节 P&G 公司的案例

教学重点：互换的原理和定价

教学难点：互换的定价

## 第六章 利率远期、期货与回购协议

第一节 利率远期与期货的基本概念

第二节 远期的定价原理

第三节 欧洲美元期货

第四节 美国国债期货

第五节 回购协议

教学重点：利率远期和利率期货的原理和定价

教学难点：远期的定价原理与国债期货定价、转换系数

## 第七章 利率期限结构理论

第一节 传统利率期限结构的基本理论

第二节 用现代手段构建利率期限结构

教学重点：现代利率期限结构模型

教学难点：基于现代利率期限结构模型画出利率波动树图

## 第八章 含权证券的价值分析

第一节 期权的特点

第二节 Black-Scholes 模型在含权证券定价中的问题

第三节 二项式模型与无风险定价

第四节 二项式模型与含权证券定价

第五节 可转换债券的定价

教学重点：期权的原理与定价、二项式模型评估固定收益证券各种期权的方法

教学难点：二项式模型评估固定收益证券各种期权的方法

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 固定收益证券概述	6			
2	第二章 到期收益率与总收益分析	6			
3	第三章 零息债券与付息债券分析	6			
4	第四章 持续期与凸性	6			
5	第五章 互换	6			
6	第六章 利率远期、期货与回购协议	6			
7	第七章 利率期限结构理论	6			
8	第八章 含权证券的价值分析	6			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课。

成绩评定方法：

总评成绩由期末考试（占 60%）和平时表现（占 40%）构成。

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 10%；习题作业，占总成绩的 20%；重要案例分析，占总成绩的 10%；平时成绩合计占总成绩的 40%。期末为闭卷考试，占总成绩的 60%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：证券投资学

后续课程和教学环节：基金投资与管理

平行开设课程和教学环节：金融风险管理、金融衍生工具开发

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

姚长辉. 固定收益证券. 北京大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. Frank J. Fabozzi. 固定收益分析. 东北财经大学出版社 .
2. 法博齐. 固定收益证券手册（第六版）. 中国人民大学出版社.
3. 类承曜. 固定收益证券（第三版）. 中国人民大学出版社.
4. 弗兰克. J. 法博齐（美）著, 俞卓菁译. 固定收益数学：分析与统计技术. 上海人民出版社(2005)

制订人：刘霞

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《经济学导论》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Introduction to Economics

课程代码: BU251601

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程的任务

课程主要内容由微观经济学和宏观经济学两部分组成,前者主要介绍需求与供给曲线的决定、弹性理论、生产理论、企业组织与创新过程、市场结构理论等;后者主要介绍国民收入核算与决定理论、失业与通货膨胀理论、宏观经济政策和开放经济中的国民收入均衡与调节理论。

### (二) 课程的基本要求

第一,掌握经济学的基本知识和基本原理,运用经济学的基本原理分析在市场经济条件下市场公平与效率等问题;第二,掌握经济学基本理论内容的基础上,提高学生的抽象思维能力和逻辑思维能力,培养学生运用经济学的分析方法分析问题和解决问题的能力,了解某些西方经济理论对我国当前的经济改革和开放的借鉴作用,理解当今经济生活中的各种现象,特别是认识政府各项经济政策的理论背景,提高预见这些政策的现实影响的能力,为后续课程和实际工作打下坚实的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

##### 第一节 经济学与经济问题

##### 第二节 经济学的研究方法

重点:通过本章的学习,掌握稀缺、选择和机会成本;任何经济制度下的三大基本经济问题,生产可能性曲线,经济学的定义,经济学的研究方法。

难点：经济学的内涵。

## 第二章 需求与供给

第一节 需求、需求量和需求曲线

第二节 供给、供给量和供给曲线

第三节 需求弹性和供给弹性

第四节 均衡产量和均衡价格

重点：通过本章的学习，掌握需求、需求量的定义；需求价格弹性的定义、计算公式，需求价格弹性的分类以及与总收益的关系，需求收入弹性、交叉弹性的定义及意义；供给、供给量的定义；供给的三种表示方法，供给价格弹性的定义、计算公式；市场均衡的形成机制。

难点：弹性的计算，市场均衡的形成机制。

## 第三章 消费者行为

第一节 消费者偏好

第二节 消费者均衡

第三节 价格效应与消费者选择

重点：通过本章的学习，掌握效用理论，无差异曲线的定义及其性质；边际替代率和边际替代率递减法则；如何借助无差异曲线和预算线推导出效用极大化条件（消费者均衡），恩格尔曲线和消费者剩余。

难点：无差异曲线分析法。

## 第四章 生产者选择

第一节 生产技术

第二节 生产者均衡

重点：通过本章学习，掌握总产量曲线的特征，劳动平均产量和资本平均产量曲线的推导和性质，生产三阶段的划分及其效率问题，等产量曲线的定义及其性质，等成本线的定义及其性质，短期和长期利润极大化的均衡条件，规模报酬的三种形式。

难点：生产者均衡分析及其相关概念。

## 第五章 成本分析及其应用

第一节 成本分析的基本概念

第二节 生产成本分析

第三节 规模经济与企业

重点：通过本章的学习，掌握会计成本、机会成本和经济成本的定义及其联系和区别；各种短期和长期成本曲线的形状及其特征；成本极小化的条件；企业生产规模

的选择和限制。

难点：短期成本概念，长期成本曲线推导。

## 第六章 市场理论

### 第一节 完全竞争市场

### 第二节 完全垄断市场

### 第三节 垄断竞争和寡头垄断市场

重点：通过本章学习，掌握市场结构及其四种类型。完全竞争市场均衡分析，不完全市场均衡分析及寡头市场分析。

难点：完全竞争市场短期均衡分析

## 第七章 国民收入核算与决定理论

### 第一节 国民收入核算基本概念

### 第二节 简单国民收入决定理论

### 第三节 商品市场与货币市场的共同均衡

重点：通过本章学习，掌握国民收入核算的概念及主要方法，简单的凯恩斯模型，乘数理论，商品市场与货币市场的共同均衡。

难点：S 曲线与 LM 曲线推导及分析

## 第八章 总需求——总供给模型

### 第一节 总需求曲线

### 第二节 总供给曲线

### 第三节 总需求——总供给模型

重点：通过本章学习，掌握总需求——总供给曲线的基本含义及其移动的效应，IS 曲线与 LM 曲线斜率及政策效果关系。

难点：总需求——总供给模型推导过程。

## 第九章 失业与通货膨胀

### 第一节 失业的类型与理论

### 第二节 通货膨胀的成因及理论

重点：通过本章学习，掌握失业的类型与理论、通货膨胀的成因及理论、反失业政策和反通货膨胀政策。

难点：通货膨胀的成因分析。

## 第十章 宏观经济政策

### 第一节 财政政策

### 第二节 货币政策

重点：通过本章学习，掌握宏观经济政策的含义、政策手段及其应用。

难点：宏观经济政策的实施手段与方法。

#### 第十一章 经济增长与经济周期理论

第一节 经济增长与经济内涵

第二节 经济增长模型

第三节 经济增长理论的新发展

重点：通过本章学习，掌握经济增长与经济内涵的涵义，经济周期的含义与特征，经济增长模型及其新发展等。

难点：相关经济增长模型的发展变化与联系。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	2			
2	第二章 需求与供给	6			
3	第三章 消费者行为	5			
4	第四章 生产者选择	5			
5	第五章 成本分析及其应用	5			
6	第六章 市场理论	6			
7	第七章 国民收入核算与决定理论	6			
8	第八章 总需求——总供给模型	4			
9	第九章 失业与通货膨胀	3			
10	第十章 宏观经济政策	3			
11	第十一章 经济增长与经济周期理论	3			
合计		48			
		48			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，考核方式为闭卷考试，卷面成绩占 70%，平时成绩 30%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学 G

后续课程和教学环节：宏观经济学、商业研究

平行开设课程和教学环节：会计学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

唐任伍主编. 经济学原理. 北京师范大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 高鸿业. 西方经济学. 中国人民大学出版社.
2. 曼昆著, 梁小民译. 经济学原理（第6版）. 北京大学出版社.
3. 陈恳, 吴卫华主编. 西方经济学习题精编. 高等教育出版社.

制订人：史嵘

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《电子商务法》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名：E-Business Law

课程代码：BU252004

课程类别：一般必修

学 时：32

学 分：2

适用专业：市场营销、工商管理

## 二、教学目标与要求

本课程的任务是对电子商务所涉及到的法律问题进行专门的研究。通过本课程的学习，了解电子商务领域可能衍生的相关法律问题，掌握电子商务法的立法进程以及相应的法规条文，并能够通过所掌握的法律知识系统地来判断、解释相关的案例，同时能对目前电子商务立法未涉及的领域做出一定的探索，展望电子商务立法的前景。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第1章 电子商务法导论

- 1.1 电子商务概述
- 1.2 电子商务法的一般理论
- 1.3 国际电子商务立法

基本要求：重点掌握电子商务的基本概念以及电子商务的发展对既有法律的突破；理解电子商务法的一般理论。本章难点为我国电子商务法立法展望。

#### 第2章 电子商务主体法律制度

- 2.1 电子商务法律主体概述
- 2.2 在线自然人用户
- 2.3 电子商务企业
- 2.4 电子商务主体的认定
- 2.5 网络服务提供者的侵权责任

基本要求：理解在线自然人用户的概念、能力制度以及网络环境下特殊权利和卖

方从事电子商务的法律资格。重点掌握网站的分类、网站的设立制度、电子商务主体认定的基本原则以及网络服务提供商的法律责任等。

### 第3章 电子合同法律制度

- 3.1 电子合同概述
- 3.2 电子合同的成立
- 3.3 电子合同的生效
- 3.4 电子合同的履行与违约救济

基本要求：了解电子合同的概念、特征和分类；理解电子合同订立和生效的特殊法律问题以及电子合同的履行和违约救济问题。重点掌握电子合同的特殊性，电子合同的要约和承诺、确认收讫规则、电子错误、电子代理人、点击合同。难点为电子合同的履行与违约救济。

### 第4章 电子签名与电子认证法律制度

- 4.1 电子签名法律制度
- 4.2 电子认证法律制度

基本要求：了解电子签名的概念、种类；数据电文的概念。重点理解电子签名的法律效力。难点为电子认证机构的设立和管理制度以及电子认证的法律关系。

### 第5章 电子支付法律制度

- 5.1 电子支付概述
- 5.2 电子资金划拨关系与规范
- 5.3 电子货币的法律问题
- 5.4 网络银行的法律制度

基本要求：理解电子资金划拨法律关系、电子货币法律制度、网络银行法律制度。重点与难点为虚拟货币、第三方支付平台等电子支付领域出现的新兴法律问题。

### 第6章 电子商务的知识产权问题

- 6.1 域名权
- 6.2 域名争议及其解决机制
- 6.3 电子商务的著作权保护
- 6.4 电子商务专利

基本要求：理解电子域名权、著作权、专利权。重点与难点为域名和商标的争议、商业方法的可专利化的探讨。

### 第7章 电子商务市场规制

- 7.1 网络广告

- 7.2 垃圾邮件的规范管理
- 7.3 电子商务税收法律问题
- 7.4 电子商务消费者权益的保护

基本要求：重点理解网络广告、垃圾邮件、电子商务税收和消费者权益保护的等问题的法律规制。难点为电子商务税收的法律问题。

## 第8章 网络案件的管辖及争端解决机制

- 8.1 网络案件的司法管辖
- 8.2 网络案件的司法管辖的法律冲突
- 8.3 构筑网络在线争端解决机制

基本要求：了解现今流行的网络在线争端解决机制的理论。重点与难点为我国网络电子商务案件管辖的理论和实践。

## 第9章 电子商务中的证据法律制度

- 9.1 电子证据概述
- 9.2 电子证据的国际立法现状
- 9.3 我国面临的电子证据难题
- 9.4 我国现行电子证据法律制度

基本要求：重点理解电子证据的证据地位。难点为电子证据的收集和认定问题。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 电子商务法导论	2			
2	第2章 电子商务主体法律制度	4			
3	第3章 电子合同法律制度	4			
4	第4章 电子签名与电子认证法律制度	4			
5	第5章 电子支付法律制度	4			
6	第6章 电子商务的知识产权问题	4			
7	第7章 电子商务市场规制	4			
8	第8章 网络案件的管辖及争端解决机制	2			
9	第9章 电子商务中的证据法律制度	2			
合计		30			2
					32

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课,考核方式为笔试,成绩评定方式:平时成绩占 60%,期末成绩占 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节:民商法

后续课程和教学环节:无

平行开设课程和教学环节:无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

张楚.电子商务法教程.清华大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 蒋志培.网络与电子商务法.法律出版社.
2. 曾宪义.电子商务法案例分析.中国人民大学出版社.
3. 高富平.电子合同与电子签名法研究报告——电子商务法论丛.北京大学出版社.
4. 郭懿美.电子商务法经典案例研究.中信出版社.

制订人:宋红波

审核人:史嵘

审定人:余晓红

# 《人力资源管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Human Resources Management

课程代码: BU252006

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销

## 二、教学目标与要求

人力资源管理在企业实践管理中的地位越来越重要,同时,相关理论体系也越来越成熟。人力资源管理课程是工商管理类专业本科学生的必修专业课,通过本课程的学习使学生能够掌握、熟悉和了解人力资源管理的基本理论体系、方法及在企业实践中的具体应用情况。

本课程系统地介绍了人力资源管理理论的产生和发展历史、员工与岗位匹配、职务分析与职务描述、人力资源规划、员工招聘、员工职业发展、绩效评价和薪酬设计等方面的知识,使学生能够系统地人力资源开发与管理的理论、方法与工具,学生通过对本课程的学习既要掌握相关基本原理,也要会使用人力资源管理的相关方法、工具,这样才可能使学生真正地理解人力资源管理对于企业实践的重要性。同时,系统的理论学习也为他们未来的深造打下良好的基础。

人力资源是一门实务性较强的学科,在教学过程中教师通过多种教学手段,比如,案例分析、课堂讨论、互动讨论、多媒体演示等,使学生能够充分掌握人力资源管理相关原理、方法、工具,以及最新的实践案例,并能够主动运用所学专业知识去分析、判断和解决实践中的一些问题,这是本课程所要达到的最终目的。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 人力资源管理概述

人力资源管理概念,人力资源管理发展与演进过程,人力资源管理主体及职责的划分

重点：人力资源管理的产生与发展和人力资源管理概念；难点：企业人力资源管理部门的职责；了解企业实践中人力资源管理的一些热点案例

## 第二章 员工与岗位的匹配

能力与岗位的匹配关系与方法，员工报酬的制定方法、流程

重点：员工能力与岗位要求匹配的关系与方法；难点：员工报酬与工作意愿的概念和关系

## 第三章 人力资源管理的主要成果

员工工作满意度测评，员工缺勤与流动的涵义和原因，员工满意度与员工流动的关系

重点：掌握员工工作满意度的概念和测评方法；难点：员工缺勤与流动的原因和改进措施

## 第四章 职务分析与职务描述

职务分析、岗位分析、员工能力和素质分析

重点：掌握企业职务分析的程序和各种方法；难点：员工能力和素质的分析、测评的初步方法

## 第五章 人力资源规划

人力资源规划内涵及主要内容，人力资源预测方法

重点：掌握企业人力资源规划过程、程序和人力资源战略规划的方法；难点：人力资源供求预测的方法

## 第六章 员工招聘

员工招聘管理流程、渠道、方法

难点：员工招聘管理流程的分析方法；重点：企业招聘渠道的种类与方法选择；企业实践中的招聘管理方法

## 第七章 选择与录用

人才测评方法，面试与录用管理流程

重点：企业面试、人才选择与录用过程和选择测试与考核人才的各种方法；难点：企业人才招聘测试的有效度与可信度的概念

## 第八章 职业培训与职业发展

职业培训、流程制定与分解，职业培训主体及内容的确定

重点：企业职业培训、影响职业培训的因素和培训中的方法；难点：员工职业发展内容

## 第九章 人力资源开发

人力资源开发理论概述，人力资源开发流程与方法

重点：企业人力资源开发的相关程序，难点：企业人力资源开发的范围

#### 第十章 员工绩效考评

绩效管理理论概述，绩效评估方法、流程及应用

重点：绩效考评的标准、绩效考评过程和绩效反馈的程序；难点：绩效管理理论体系；了解人力资源管理资源绩效考评的作用，以及企业实践中绩效评估的一般方法

#### 第十一章 员工薪酬设计与福利

企业薪酬制度的基本理念，企业工资制度，员工福利制度

重点：企业薪酬制度的基本理念，难点：企业工资制度和员工福利制度

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章人力资源管理概述	2			
2	第二章员工与岗位的匹配	2			
3	第三章人力资源管理的主要成果	2			
4	第四章职务分析与职务描述	2			
5	第五章人力资源规划	4			
6	第六章员工招聘	4			
7	第七章选择与录用	4			
8	第八章职业培训与职业发展	4			
9	第九章人力资源开发	2			
10	第十章员工绩效考评	4			
11	第十一章 员工薪酬设计与福利	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，平时成绩占 60%，以试卷或论文的方式进行期末考核，占总成绩的 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节： 企业战略管理、财务管理  
平行开设课程和教学环节： 会计学、微观经济学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

陈维政. 人力资源管理（第四版）. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 赵曙明. 人力资源战略与规划（第三版）. 中国人民大学出版社.
2. 朱舟. 人力资源管理教程（第二版）. 上海财大出版社.
3. 张一驰. 人力资源管理教程（第二版）. 北京大学出版社.
4. 彭剑锋. 人力资源管理概论（第二版）. 复旦大学出版社.

制订人：夏海力

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《财务管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Management

课程代码: BU252009/BU252901/BU252Z04

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、旅游管理、金融工程、人力资源管理、  
工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

本课程是经济管理类专业的专业基础课,通过该门课程的教学,旨在培养学生的综合分析能力和管理能力。本课程的教学在一定程度上区别于会计学或财务管理专业。学生毕业后一般不具体从事财务管理工作,但必须掌握财务管理的基本理论和基本方法,以利用其从事管理活动。因此,本课程的基本要求在于了解财务管理的价值观念,能够对企业的财务能力进行一定程度的分析,重点掌握企业筹资活动中筹资成本的测算、投资活动中投资决策指标的测算、经营活动中营运能力的判断、分配活动中股利政策的选择等基本理论和方法,全面阐述与专业相关的财务管理,培养学生的综合分析和管理能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 总论

第一节 财务管理的概念

第二节 财务管理的目标

第三节 企业组织形式与财务经理

第四节 财务管理的环境

重点和难点: 财务管理的概念, 财务管理的方法, 财务管理的环境

#### 第二章 财务管理的价值观念

第一节 货币时间价值

## 第二节 风险与报酬

## 第三节 证券估值

重点和难点：货币时间价值，风险与报酬，证券估值的计算。

## 第三章 财务分析

### 第一节 财务分析概述

### 第二节 财务能力分析

### 第三节 财务趋势分析

### 第四节 财务综合分析

重点和难点：财务分析概述，财务能力分析，财务趋势分析，财务综合分析

## 第四章 长期筹资概论

### 第一节 长期筹资概述

### 第二节 股权性筹资

### 第三节 债务性筹资

### 第四节 混合性筹资

重点和难点：长期筹资概述，股权性筹资，债务性筹资，混合性筹资方式的特点。

## 第五章 资本结构决策

### 第一节 资本结构的理论

### 第二节 资本成本的预测

### 第三节 杠杆利益与风险的衡量

### 第四节 资本结构决策分析

重点和难点：资本结构的理论，资本成本的预测，杠杆利益与风险的衡量，资本结构决策分析

## 第六章 投资决策原理

### 第一节 长期投资概述

### 第二节 投资现金流量的分析

### 第三节 折现现金流量方法

### 第四节 非折现现金流量方法

### 第五节 投资决策指标的比较

重点和难点：长期投资概述，投资现金流量的分析，折现现金流量方法，非折现现金流量方法，投资决策指标的比较

## 第七章 短期资产管理

### 第一节 营运资本管理

## 第二节 短期资产管理

## 第三节 现金管理

## 第四节 应收账款管理

## 第五节 存货规划及控制

重点和难点：营运资本管理，短期资产管理，现金管理，应收账款管理，存货规划及控制

## 第八章 股利理论与政策

### 第一节 股利及其分配

### 第二节 股利理论

### 第三节 股利政策及其选择

### 第四节 股票分割与股票回购

重点和难点：股利及其分配，股利理论，股利政策及其选择，股票分割与股票回购

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	总论	2			
2	财务管理的价值观念	6			
3	财务分析	4			
4	长期筹资方式	4			
5	资本结构决策	4			
6	投资决策原理	5			
7	短期资产管理	5			
8	股利理论与政策	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，平时成绩占 60%，期末成绩占 40%

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学 会计学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

荆新. 财务管理学. 中国人民大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 斯蒂芬 A. 罗斯. 公司理财. 机械工业出版社.
2. 汤谷良. 财务管理学. 高等教育出版社.
3. 郭复初. 财务管理. 经济科学出版社.
4. 宋献中. 企业财务管理. 暨南大学出版社.

制订人：李雪冬

审核人：韩云

审定人：余晓红

# 《国际贸易理论与实务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Theory and Practice of International Trade

课程代码: BU252010

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

本课程的任务: 培养适应社会主义市场经济发展需要的现代商贸企业高级管理人才, 使其掌握国际贸易领域基本知识、基础理论及实践知识, 并能运用相关理论知识, 分析和把握发展的国际贸易新动态, 强调国际贸易实务操作的规范性和实用性, 与实务中最新的常用相关单据和单证相结合, 更好地了解和熟悉实际操作方法和程序。

本课程基本要求: 掌握国际贸易理论与实务的基本内容, 具备国际贸易实务操作的基本能力, 并将所学知识不断强化; 能够依据实际经济状况的变化进行修正、补充, 进行理论联系实际思考。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际贸易导论

##### 第一节 国际贸易的产生和发展

##### 第二节 国际贸易的基本概念及其分类

重点: 通过本章的学习, 要求掌握国际贸易的基本概念, 如外贸依存度、专门贸易体系等; 当代国际贸易发展的新趋势。

难点: 当代国际贸易发展的新趋势。

#### 第二章 国际贸易理论

##### 第一节 古典国际贸易理论

##### 第二节 自由贸易与保护贸易理论

重点: 通过本章的学习, 要求掌握自由贸易理论与保护贸易理论的几大主要理论, 如

比较优势理论、绝对优势理论、中心外围论等，并了解国际贸易理论的最新发展动向。

难点：里昂惕夫之谜的解释。

### 第三章 国际贸易政策和措施

#### 第一节 国际贸易基本政策

#### 第二节 关税措施和非关税壁垒

#### 第三节 鼓励出口和出口管制措施

重点：关税的作用与类型，非关税的主要措施与手段及其评价，鼓励出口和出口管制措施及其评价。

难点：世界贸易组织对进口附加税实施的规定。

### 第四章 商品品质、数量和包装

#### 第一节 商品品名和品质

#### 第二节 商品的数量和商品的包装

重点：通过本章的学习，要求掌握品质条款、数量条款和包装条款的基本内容和注意要点。

难点：订立品质条款、数量条款和包装条款在实务中需注意的要点。

### 第五章 国际贸易术语与价格

#### 第一节 价格术语——《2010 国际贸易术语解释通则》

#### 第二节 商品的价格条款

重点：通过本章的学习，要求熟悉和掌握 2010 版 FOB、CIF、CFR 三种主要贸易术语内容，以及贸易实践中价格条款应当注意的问题。

难点：价格术语的运用及其联系与区别。

### 第六章 国际贸易货物运输

#### 第一节 运输方式

#### 第二节 装运条款

#### 第三节 国际运输保险

重点：通过本章的学习，要求掌握主要货物运输方式及优缺点，海上货运单据与海上货运保险种类等。

难点：订立装运条款需注意的要点，货物的运输保险的主要险别。

### 第七章 国际货款结算

#### 第一节 支付工具

#### 第二节 结算方式

重点：通过本章的学习，要求掌握三种基本支付工具和三种国际货款的支付方式，

重点掌握信用证结算方式。

难点：跟单托收方式中的承兑交单和付款交单的区别。

## 第八章 国际贸易合同争端预防与解决

### 第一节 商检与索赔

### 第二节 不可抗力与免责

### 第三节 争议、仲裁及仲裁条款

重点：商检、索赔与索赔条款、不可抗力与免责、争议、仲裁及仲裁条款的内涵及注意事项。

难点：不可抗力与仲裁的含义、作用与处理程序。

## 第九章 国际贸易合同的履行

### 第一节 进口合同的履行

### 第二节 出口合同的履行

重点：通过本章的学习，要求重点掌握进出口合同履行步骤以及顺序。

难点：合同以 CIF 术语和信用证支付方式成交的出口合同的主要程序。

## 第十章 国际贸易方式

### 第一节 一般进出口贸易方式

### 第二节 加工贸易方式

重点：通过本章的学习，要求掌握委托、代理、寄售和展卖等主要贸易方式的内容。

难点：一般进出口贸易方式中的商品期货交易含义和运作机制。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 国际贸易导论	2			
2	第二章 国际贸易理论	3			
3	第三章 国际贸易政策和措施	6			
4	第四章 商品品质、数量和包装	3			
5	第五章 国际贸易术语与价格	6			
6	第六章 国际贸易货物运输	6			
7	第七章 国际货款结算	5			
8	第八章 国际贸易合同争端预防与解决	3			
9	第九章 国际贸易合同的履行	3		8	
10	第十章 国际贸易方式	3			
合计		40		8	
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

课程为考查课，总评成绩由平时平均成绩（占 60%），与期末考试成绩（占 40%）构成。平时平均成绩由上机实习成绩、出勤情况、书面作业成绩以及课堂表现综合评定，各占平时成绩的 50%、20%、20%、10%。期末考试采用开卷笔试形式。总评成绩最终将以五级制记录。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

王明明. 国际贸易理论与实务. 机械工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 赵春明[等]编著. 国际贸易理论与政策案例解析. 北京师范大学出版社.
2. 马静主编. 国际贸易实务. 清华大学出版社.
3. 彭福永编著. 国际贸易实务教程（第 4 版）. 上海财经大学出版社.

制订人：史嵘

审核人：万正晓

审定人：余晓红

# 《中国旅游资源》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourist resources in China

课程代码: BU252011

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

本课程在于使学生掌握旅游资源的基本理论、类型划分以及旅游区划的特征、原理和方法。了解各级旅游区域的主要旅游资源及其价值。培养学生具有认知和评价景点价值的基本能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 旅游资源的概念与特征

##### 第一节 旅游资源的概念

##### 第二节 旅游资源的特征

##### 第三节 旅游资源的观赏

基本要求: 本章要求学生掌握旅游资源的概念、旅游资源的综合特征和自然旅游资源、人文旅游资源、社会旅游资源的个性特征, 以及旅游资源的美学观赏方法。

#### 第二章 旅游资源的分类

##### 第一节 旅游资源的认识性分类

##### 第二节 旅游资源的专项工作性分类

基本要求: 本章要求学生掌握从认识性和专项工作性两方面对本章要求学生掌握旅游资源的十一种分类。

#### 第三章 旅游区域的划分与等级

##### 第一节 旅游区域的划分与等级

##### 第二节 中国旅游区划

基本要求：本章要求学生掌握旅游区的概念，旅游区域划分的意义和旅游区域划分的等级系统，并对世界和中国的旅游区域进行了具体划分。

#### 第四章 旅游资源评价与旅游容量

##### 第一节 旅游资源评价

##### 第二节 旅游容量问题

##### 第三节 旅游容量测定与影响因素

##### 第四节 旅游容量在实践中的应用

基本要求：旅游资源评价与旅游容量问题都是敏感和不能回避的问题。本章论述了旅游资源评价的目的、原则与评价方法；阐明旅游容量的概念和旅游容量的构成体系以及心理感知容量、旅游生态容量、旅游经济发展容量、旅游地域社会容量的涵义和测定方法。

#### 第五章 华北旅游区（京津冀鲁）

##### 第一节 华北旅游区的旅游环境

##### 第二节 北京旅游副区

##### 第三节 天津-冀北旅游副区

##### 第四节 济南旅游副区

##### 第五节 青岛旅游副区

##### 本区其它旅游资源

基本要求：本章要求学生了解华北旅游区的优越位置，复杂地形，山海兼备的形势。要求学生在掌握华北旅游区旅游环境的基础上，主要掌握以北京为主的华北各省旅游资源的特点和分布情况。

#### 第六章 华东旅游区（苏浙皖赣沪）

##### 第一节 华东旅游区的旅游环境

##### 第二节 上海旅游副区

##### 第三节 苏南旅游副区

##### 第四节 浙北旅游副区

##### 第五节 皖南旅游副区

##### 第六节 赣北旅游副区

##### 本区其它旅游资源

基本要求：华东旅游区是我国最重要的综合性工业基地，具有优越的地理位置和便利的交通条件，其中上海是全国最大的工商业中心。本章要求学生掌握本区古典园林名冠中华的地位，而且有许多历代的重要政治军事遗迹，加上温暖湿润的气候，景

色如画的大小河湖，数量众多的风景名山，使本区成为世界著名的旅游胜地。要求在掌握全区旅游环境的基础上，主要掌握以上海、南京、杭州等旅游城市为主的华东各省旅游资源的特点和分布情况。

## 第七章 中原旅游区（豫晋陕）

### 第一节 中原旅游区的旅游环境

### 第二节 晋北旅游副区

### 第三节 豫北旅游副区

### 第四节 西安旅游副区

### 本区其它旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握中原地区是华夏古文明最重要、最集中的发源地之一，丰富的文物古迹构成了本区旅游资源的突出特点，同时也拥有极富原始美感的黄土地貌自然景观。本章要求学生掌握华东旅游区的旅游基础，以西安、郑州、太原等旅游城市为中心的旅游资源特点和分布情况。

## 第八章 华南旅游区（闽粤琼桂）

### 第一节 华南旅游区的旅游环境

### 第二节 闽南旅游副区

### 第三节 海南旅游副区

### 第四节 广州旅游副区

### 第五节 桂林旅游副区

### 第六节 本区其它旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握华南旅游区长夏无冬，植被常青，碧水丹山，海岸漫长曲折，岛屿星罗棋布，是我国避寒旅游和海上游览的理想之地。本章在概述要求学生掌握全区旅游环境的基础上，主要掌握以广州、南宁、厦门等旅游城市为主的华南各省旅游资源的特点和分布情况。

## 第九章 华中旅游区（鄂湘）

### 第一节 华中旅游区的旅游环境

### 第二节 武汉旅游副区

### 第三节 鄂西旅游副区

### 第四节 鄂北旅游副区

### 第五节 长沙旅游副区

### 第六节 湘西旅游副区

基本要求：本章要求学生掌握华中旅游区地处内陆腹地、长江中游，悠久的历史、

灿烂的文化使湘楚大地保存了许多珍贵的历史遗迹和文物。这里湖泊众多，水网纵横，素有“鱼米之乡”的美誉，与分布密度相当高的风景名山共同构成了本区旅游资源的主体。要求学生在掌握全区旅游环境的基础上，主要论述以武汉、长沙等旅游城市为主的华中各省旅游资源的特点和分布情况。

## 第十章 西南旅游区（渝川云贵）

### 第一节 西南旅游区的旅游环境

### 第二节 成都旅游副区

### 第三节 重庆旅游副区

### 第四节 贵阳旅游副区

### 第五节 昆明旅游副区

### 第六节 滇西南旅游副区

### 第七节 本区其他旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握西南旅游区丰富多彩而独特的民族风情构成了本区旅游资源的主要特色，同时，本区气候垂直变化十分明显，因而动、植物种类十分丰富多彩，具有很高的旅游和科研价值。要求学生在掌握全区旅游环境的基础上，主要掌握以重庆、成都、昆明等旅游城市为主的西南各省旅游资源的特点和分布情况。

## 第十一章 西北旅游区（甘宁青）

### 第一节 西北旅游区的旅游环境

### 第二节 陇东旅游副区

### 第三节 兰州旅游副区

### 第四节 河西旅游副区

### 第五节 西宁旅游副区

### 第六节 银川旅游副区

### 第七节 本区其它旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握西北旅游区地处我国西北内陆，地域辽阔，旅游资源富集、开发潜力巨大，古代的丝绸之路为本区留下了众多的名胜古迹，其中以古城、古陵墓、古石窟等为主要特色。要求学生在掌握全区旅游环境的基础上，主要掌握以兰州、银川、西宁等旅游城市为主的西北各省旅游资源的特点和分布情况。

## 第十二章 东北旅游区（辽吉黑）

### 第一节 东北旅游区的旅游环境

### 第二节 大连旅游副区

### 第三节 沈阳旅游副区

#### 第四节 长春旅游副区

#### 第五节 哈尔滨旅游副区

#### 第六节 本区其他旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握东北旅游区山环水绕、沃野千里，冰雪旅游资源堪称全国之最佳旅游环境。众多的抗日战争和解放战争纪念地散布在茫茫林海之中，构成了本区旅游资源的主要特色。要求学生在掌握全区旅游环境的基础上，主要掌握以沈阳、长春、哈尔滨等旅游城市为主的东北各省旅游资源的特点和分布情况。

### 第十三章 内蒙古、新疆、西藏旅游区

#### 第一节 内蒙古的旅游环境与旅游资源

#### 第二节 新疆的旅游环境与旅游资源

#### 第三节 西藏的旅游环境和旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握内蒙古、新疆、西藏三旅游区的旅游资源基础。三旅游区虽然人口稀少，交通不便，但地形开阔，草原广布，少数民族占据了大部分地区，故旅游资源主要以草原风光、绚丽多彩的民族风情为主。要求学生掌握以呼和浩特、乌鲁木齐、拉萨等旅游城市为主的各自治区旅游资源的特点和分布情况。

### 第十四章 台湾、香港、澳门地区

#### 第一节 台湾省的旅游环境与旅游资源

#### 第二节 香港地区的旅游环境与旅游资源

#### 第三节 澳门地区的旅游环境与旅游资源

基本要求：本章要求学生掌握香港、澳门、台湾三旅游地区的旅游资源基础。三旅游地区地处低纬，气候条件优越，经济发展迅速，建筑风格独特，是中西方文化交汇之处，在国际

旅游市场上具有较高的声誉。要求学生掌握这三个旅游地区旅游资源基础和旅游景点概况。

附：世界旅游资源选集——日本、泰国、新加坡、法国、美国、澳大利亚、新西兰。

基本要求：本部分为旅游资源向外国的延伸。通过典型国家旅游资源特征的剖析，要求学生掌握外国旅游资源的一般特色，尤其是与中国旅游资源之间的不同之处。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	上编 旅游资源学通论(1-4章)	3			
2	第五章 华北旅游区(京津冀鲁)	6			
3	第六章 华东旅游区(苏浙皖赣沪)	6			
4	第七章 中原旅游区(豫晋陕)	3			
5	第八章 华南旅游区(闽粤琼桂)	3			
6	第九章 华中旅游区(鄂湘)	3			
7	第十章 西南旅游区(渝川云贵)	3			
8	第十四章 台湾、香港、澳门地区	3			
9	世界旅游资源选集——日本	3			
	世界旅游资源选集——泰国、新加坡	3			
	世界旅游资源选集——法国	3			
	世界旅游资源选集——美国	3			
	世界旅游资源选集——澳大利亚、新西兰	3			
10	课程复习、考查	1			2
合计		45			2
		45			2

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考核占总成绩的40%。平时成绩由出勤率、作业、提问组成，占总成绩的60%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论

后续课程和教学环节：旅游开发与规划

平行开设课程和教学环节：远程综合训练

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

叶骁军主编. 中国旅游资源基础(第二版). 南开大学出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 黄咏梅. 中国旅游资源概论. 重庆大学出版社.
2. 万剑敏. 中国旅游资源概况. 科学出版社.
3. 杨阿莉. 旅游资源学. 北京大学出版社.

制订人：马洪元

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《导游业务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tour Guide Service

课程代码: BU252013

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生了解导游服务的性质、特点,导游员的素质要求,掌握全陪、地陪、出境领队以及景点导游的服务程序与规范,以及旅游者个别要求的处理、旅游故障的预防与处理等相关内容。要求学生能够熟练掌握景区景点的一般导游讲解方法,对旅游过程中出现的常见故障能够进行及时处理,并能应对客人一般性个别要求。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 旅行社与导游服务

第一节 旅行社的基本业务与组织结构

第二节 导游服务的性质与特点

第三节 旅游者的心理动机和心理特征

第四节 旅游者的旅游行为

了解国内外旅行社及导游产生发展的过程、掌握导游服务的性质与特点;了解旅游者出游动机、一般及个性表现

#### 第二章 导游员

第一节 导游员的概念与分类

第二节 导游员的素质

第三节 导游员形象与礼仪

第四节 导游员管理

了解导游员的相关职责，掌握导游员的概念及分类情况；熟悉导游人员形象礼仪要求；掌握导游员管理的具体制度要求。

### 第三章 导游语言艺术

#### 第一节 导游语言的特点与作用

#### 第二节 导游讲解方式与原则

#### 第三节 导游方法和技巧

#### 第四节 导游讲解风格

了解导游语言的特点与性质；掌握导游服务中的语言艺术及技巧；了解导游讲解风格类型。

### 第四章 导游服务艺术

#### 第一节 导游服务体系与相互关系

#### 第二节 导游带团理念与能力

#### 第三节 导游与旅游者相处的能力与方法

#### 第四节 导游器具使用规范

#### 第五节 导游对现场旅游投诉的处理

掌握导游带团的技巧；掌握与领队相处的方法；熟悉导游器具的正确使用方法；掌握导游对一般现场投诉的处理流程及技巧。

### 第五章 导游服务程序与规范

#### 第一节 地方陪同导游服务程序与规范

#### 第二节 全程陪同导游服务程序与规范

#### 第三节 海外领队服务程序与规范

#### 第四节 定点导游服务程序与规范

#### 第五节 散客导游服务程序与规范

了解不同类型导游员带团过程中安排与组织活动的方法；掌握各类导游游览组织的不同程序与规范要求。

### 第六章 旅游故障的预防与处理

#### 第一节 旅游故障的类型及其成因

#### 第二节 旅游故障处理的基本原则与程序

#### 第三节 社会和技术性旅游故障的预防与处理

#### 第四节 自然灾害性旅游故障的预防与处理

了解旅游故障的含义、性质与特点；掌握各种不同类型旅游故障预防和处理的一般原则与程序

## 第七章 旅游者要求的处理

### 第一节 处理旅游者要求的基本原则

### 第二节 旅游者各项要求的处理

了解旅游者常见的要求；掌握处理旅游者各项要求的基本原则与处理方法

## 第八章 旅游饭店的服务

### 第一节 旅游饭店的服务程序

### 第二节 旅游饭店服务故障与缺陷的处理方法

熟悉旅游饭店的一般服务程序；了解常见的旅游饭店服务故障类型及处理程序方法。

## 第九章 出入境知识

### 第一节 出入境证件

### 第二节 通关与边防检查

熟悉旅游出入境有效证件类型及办理；了解出入境检查程序、内容及限制条件。

## 第十章 其他知识

### 第一节 交通运输知识

### 第二节 邮电通讯知识

### 第三节 货币金融知识

### 第四节 卫生急救知识

了解交通、邮电通信、货币、卫生急救等基本知识。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 旅行社与导游服务	3			
2	第二章 导游员	2			
3	第三章 导游服务艺术	4			
4	第四章 导游员的基本能力	4			
5	第五章 导游服务程序与规范 (1) 地方陪同、全陪导游服务程序与规范	4			
6	第五章 导游服务程序与规范 (2) 海外领队、定点导游和散客导游服务程序与规范	4			
7	第六章 旅游故障的预防与处理	3			
8	第七章 旅游者要求的处理	3			
9	第八章 旅游饭店的服务	2			
10	第九章 出入境知识	3			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论

后续课程和教学环节：中国旅游文化

平行开设课程和教学环节：旅游法规

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

叶骁军. 导游服务实务教程. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 王虹. 导游业务. 安徽人民出版社.
2. 李桂玲. 导游业务. 机械工业出版社.
3. 张琼霓. 导游业务. 旅游教育出版社.
4. 陈晓鹏. 导游业务. 哈尔滨工程大学出版社.

制订人：谢佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游业质量管理体系》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: The Quality Management System of Tourism

课程代码: BU252014

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

课程在介绍质量管理体系的基本概念的基础上,详细讲授 ISO 9000、ISO 14000、HACCP 和绿色饭店评定体系的相关知识,同时,结合旅游业的具体特点,探讨上述质量管理体系的兼容性与建立。根据旅游业中的主要行业组成,分析建立旅行社质量管理体系,饭店质量与环境管理体系,风景区质量与环境管理体系的实际案例。

### (二) 基本要求

了解 ISO 9000、ISO 14000、HACCP 体系的规范和要求;学会质量管理体系三级文件体系的编写和多套质量管理体系在旅游企业中的整合要求。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 质量管理体系的起源与发展

##### 第一节 质量管理体系的起源

##### 第二节 质量管理体系的发展

##### 第三节 质量管理体系在旅游业中的应用

基本要求: 了解现代质量管理体系发展的三个阶段及各阶段的特点。

#### 第二章 ISO 9001: 2008 质量管理体系标准基本概念

##### 第一节 ISO 9000 族标准构成

##### 第二节 质量管理体系基础和术语

##### 第三节 ISO 9001: 2008 《质量管理体系——要求》要点说明及审核提示

基本要求：了解 ISO 9001：2008《质量管理体系——要求》的基本要点，并通过案例训练，重点掌握体系要求在旅游业中的实际运用方法。

### 第三章 ISO 14001：2004 环境管理体系标准及绿色饭店评定体系基本概念

#### 第一节 环境管理体系的由来与发展

#### 第二节 ISO 14001：2004《环境管理体系——规范及使用指南》内容说明

#### 第三节 绿色饭店评定体系基本概念及要点

基本要求：了解 ISO 14001：2004《环境管理体系——规范及使用指南》基本要点，并通过案例训练，重点掌握体系要求在旅游业中的实际运用方法。

### 第四章 HACCP 食品安全管理体系

#### 第一节 HACCP 食品安全体系的基本概念

#### 第二节 HACCP 食品安全体系在饭店业中的运用

基本要求：了解 HACCP 食品安全体系的基本要点，并通过案例训练，重点掌握体系要求在饭店业中的实际运用方法。

### 第五章 质量、环境、食品安全体系的整合

#### 第一节 质量、环境、食品安全体系的相容性

#### 第二节 质量、环境、食品安全体系标准条款的对应关系

#### 第三节 质量、环境、食品安全体系一体化文件的编写

基本要求：重点掌握质量、环境、食品安全体系的相关文件体系的编写。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 质量管理体系的起源与发展	3			
2	第二章 ISO 9001：2008 质量管理体系标准基本概念	9			
3	第三章 ISO 14001：2004 环境管理体系标准及绿色饭店评定体系基本概念	9			
4	第四章 HACCP 食品安全管理体系	6			
5	第五章 质量、环境、食品安全体系的整合	5			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课程，成绩评定按平时成绩 60%，期末成绩 40%的比例核算最终

考核成绩。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：酒店管理概论、旅行社管理、景点景区管理、餐饮管理

后续课程和教学环节：酒店服务管理、酒吧经营管理

平行开设课程和教学环节：前厅与客房管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

方圆标志认证集团有限公司. 质量、环境及职业健康安全三合一管理体系的建立与实施(第2版). 中国标准出版社.

### （二）主要参考书目

1. 小约翰.H. 金, 罗纳德.F. 齐希著. 徐虹译. 饭店业质量管理. 中国人民大学出版社.

2. 孙晨阳. 星级饭店质量管理体系. 北京: 国家知识产权局知识产权出版社, 2016;

3. 阎善章. DL/T1004-2006 质量、职业健康安全和环境整合管理体系规范及使用指南理解与应用. 辽宁教育出版社.

4. 李亨. 饭店业如何建立和实施质量、环境与绿色饭店管理体系. 中国标准出版社.

制订人：谢 佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《生产运营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Productions and Operations Management

课程代码: BU252016

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

生产运营管理是工商管理专业和市场营销专业的必修课。本课程是一门以提高生产运作系统的运行效率,降低运行成本,按质、量、进度要求生产或提供市场所需产品或劳务为目的,对企业生产运作系统及其过程进行设计、计划、组织和控制的实用性学科。通过本课程的学习,学生能够掌握生产运营管理的基本概念,原理和方法,获得世界级制造与服务运作水平所需的基础知识,为将来从事企业管理提供坚实的知识基础。

### (二) 生产运营管理课程的基本要求

1. 掌握生产运营基本理论与方法;
2. 了解生产运营管理学科的最新发展和最新方法;
3. 运用所学知识,分析生产运营领域的实际问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 基本概念

##### 第一节 生产运作管理

##### 第二节 生产运作的分类和生产类型

##### 第三节 能力与需求的匹配

##### 第四节 生产运作管理的历史和发展趋势

重点: 掌握生产运营管理的基本概念,生产运营管理在企业管理系统中的地位,

生产运作管理原则和要求。

## 第二章 产品开发和技術选择

### 第一节 引言

### 第二节 产品设计与开发阶段

### 第三节 生产流程设计与选择

### 第四节 并行工程——产品开发组织的新方法

### 第五节 计算机辅助产品设计

重点：产品选择和生产流程设计的方法。

难点：生产流程设计和并行工程方法。

## 第三章 生产和服務设施选址

### 第一节 选址的重要性和难度

### 第二节 影响选址的因素和选址的一般步骤

### 第三节 选址的评价方法

重点：选址的步骤和各类评价方法，如评分法、重点法等。

难点：定量的选址方法。

## 第四章 生产和服務设施布置

### 第一节 设备 / 设施布置决策

### 第二节 设施布置决策的定量分析

### 第三节 装配线平衡

### 第四节 非制造业的设施布置

重点：设施布置决策的定量分析，能够计算生产线的流水节拍、最小工作地、时间损失系数和平滑系数。

难点：相关作业图法，从至表法，以及装配线平衡的方法。

## 第五章 工作设计与工作测量

### 第一节 引言

### 第二节 工作设计

### 第三节 工作测量

### 第四节 人机工程

重点：劳动定额的测定。

难点：工作岗位设计，人机工程。

## 第六章 综合生产计划

### 第一节 概述

## 第二节 能力计划

## 第三节 处理非均匀需求的策略

## 第四节 生产大纲的制定

## 第五节 产品生产计划的编制

## 第六节 收入管理

重点：不同策略的综合生产计划制定。

难点：多约束条件下的综合生产计划的编制。

## 第七章 独立需求库存控制

### 第一节 库存

### 第二节 库存问题的基本模型

### 第三节 随机型库存问题

重点：掌握确定性和不确定性条件下的几种库存问题的基本模型。

难点：能够根据产品的不同特质计算出采购周期、安全库存、订购点、库存水平、经济订货量。

## 第八章 物料需求计划(MRP)与企业资源计划(ERP)

### 第一节 MRP 的原理

### 第二节 MRP 系统

### 第三节 MRP II

### 第四节 MRP 系统设计决策及应用中的技术问题

### 第五节 企业资源计划

重点：掌握 MRP 的基本原理，MRP 系统结构，MRPII 系统结构及原理。

难点：企业 MRP2 系统的设计、组织实施和管理。

## 第九章 制造业作业计划与控制

### 第一节 作业计划和排序问题的基本概念

### 第二节 流水作业排序问题

### 第三节 单件作业计划问题

### 第四节 生产作业控制

重点：作业计划调度排序的基本概念，流水线生产作业计划排序问题及其解法。

难点：流水线生产作业计划排序问题和生产作业计划的动态调整。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 基本概念	3			
2	第二章 产品开发和技術选择	3		6	
3	第三章 生产和服務设施选址	3			
4	第四章 生产和服務设施布置	3		3	
5	第五章 工作设计与工作测量	3			
6	第六章 综合生产计划	6		6	
7	第七章 独立需求库存控制	6			
8	第八章 物料需求计划(MRP)与企业资源计划(ERP)	3			
9	第九章 制造业作业计划与控制				
合计		33		15	
		48			

## (三) 实验、上机相关内容

### 本课程上机实习(含其它课内实习)学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	生产和服務设施布置	3		
2	产品选择方案的制定: 优化建模、求解和灵敏度分析	6		
3	综合生产计划的编制	6		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课, 考核方式为笔试。平时成绩以课堂出勤、回答问题、课外作业和上机作业为考核依据, 占 30%; 期末成绩以笔试试卷成绩为考试依据, 占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节: 高等数学、管理学、统计学

后续课程和教学环节: 企业资源计划、供应链管理

平行开设课程和教学环节: 运筹学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

耿殿明, 杨建华. 生产运营管理. 北京大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 陈福军. 生产与运作管理 (第三版). 中国人民大学出版社.
2. 陈荣秋, 马士华. 生产与运作管理 (第3版). 高等教育出版社.
3. 刘丽文. 生产与运作管理 (第四版). 清华大学出版社.
4. Steven Nahmias. 生产与运作分析. 清华大学出版社.
5. 威廉·J·史蒂文森著, 张群、张杰等译. 生产与运作管理. 机械工业出版社.

制订人: 贾海成

审核人: 杨传明

审定人: 余晓红

# 《网络营销》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Network Marketing

课程代码: BU252019/ BU251Z27

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理、市场营销、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

网络营销是适应网络虚拟市场的新的营销理论,是伴随网络虚拟市场而诞生的带有很强实践性的新学科。它针对新兴的网络虚拟市场,以新的思维方式,使营销理论在发展中创新,在创新中指导实践。

通过该课程的学习要求学生掌握网络营销职能,网络营销信息传递模型及网络营销体系的人体结构模型,认识网络营销的内容架构及核心思想;学习和掌握网络营销的方法体系,即网络营销导向的企业网站、搜索引擎营销、Email 营销、网络广告,全员网络营销及 SNS 营销(包括博客营销、微博营销方法等);通过网络营销的实践教学,让学生进一步了解和掌握网络营销理论和方法体系的具体应用和检验。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 网络营销的理论基础

- 1.1 网络营销的诞生及发展
- 1.2 网络营销的基本概念
- 1.3 网络营销研究的层次分析
- 1.4 本书的内容体系设计

#### 第二章 网络营销的理论基础

- 1.1 网络营销的诞生及发展
- 1.2 网络营销的基本概念
- 1.3 网络营销研究的层次分析

#### 1.4 本书的内容体系设计

### 第三章 网络营销导向的企业网站研究

#### 3.1 网络营销导向企业网站研究的层次与问题

#### 3.2 企业网站的一般要素分析

#### 3.3 网络营销导向企业网站建设的指导原则

#### 3.4 网站优化的原则及问题分析

#### 3.5 企业网站运营管理规范

#### 3.6 企业网站用户体验研究

#### 3.7 网站评价诊断方法

#### 3.8 网站改版升级的常见模式及原则

### 第四章 搜索引擎营销基础

#### 4.1 搜索引擎营销的基本原理与目标层次

#### 4.2 搜索引擎营销的主要模式

#### 4.3 搜索引擎优化方法及规范

#### 4.4 搜索引擎关键词广告

#### 4.5 搜索引擎营销中的用户行为研究

#### 4.6 搜索引擎营销效果分析

### 第五章 许可 EMAIL 营销基础

#### 5.1 许可 EMAIL 营销的研究内容

#### 5.2 EMAIL 营销的基本形式和一般过程

#### 5.3 开展 EMAIL 营销的基础条件

#### 5.4 内部列表 EMAIL 营销策略

#### 5.5 外部列表 EMAIL 营销策略

#### 5.6 EMAIL 营销效果评价

#### 5.7 EMAIL 营销细节决定成败

### 第六章 网络广告基础

#### 6.1 网络广告及其主要形式

#### 6.2 网络广告的本质特征及其网络营销价值

#### 6.3 网络广告投放策略

#### 6.4 网络广告效果评价方法

#### 6.5 网络广告效果的影响因素及措施

#### 6.6 网络广告发展及应用趋势

## 第七章 WEB2.0 与社会化网络营销研究

- 7.1 网络营销社会化的含义与网络营销思想演变
- 7.2 网络营销社会化的技术基础：WEB2.0
- 7.3 网络营销社会化环境下的网络营销模式
- 7.4 企业博客营销研究
- 7.5 企业微博营销基础
- 7.6 其他 WEB2.0 网络营销方法简介

## 第八章 网络营销实践应用

- 8.1 网站推广方法
- 8.2 网络品牌的建立与推广
- 8.3 信息发布与传递
- 8.4 在线顾客服务与顾客关系
- 8.5 网上销售渠道建设
- 8.6 网上促销方法
- 8.7 网上市场调研

## 第九章 网络营销管理基础

- 9.1 网络营销管理的内容体系
- 9.2 网络营销效果综合评价体系
- 9.3 网站访问统计分析基础

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 网络营销的理论基础	3			
2	第二章 网络营销的常用工具和方法	3			
3	第三章 网络营销导向的企业网站研究	6		3	
4	第四章 搜索引擎营销基础	3		3	
5	第五章 许可 EMAIL 营销基础	3		3	
6	第六章 网络广告基础	3		3	
7	第七章 WEB2.0 与社会化网络营销研究	3		3	
8	第八章 网络营销实践应用	3		3	
9	第九章 网络营销管理基础	3			
合计		30		18	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	企业网站诊断	3		
2	搜索引擎诊断	3		
3	企业网站优化	3		
4	搜索引擎优化（SEO）	3		
5	网络营销综合实验一	3		
6	网络营销综合实验二	3		

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课，成绩评定方式为平时成绩占 60%（包括考勤、课堂发言、作业情况及上机实习等），期末考查占 40%。

考核方式及成绩评定：

总成绩（100%）由平时成绩（60%）和期末成绩（40%）构成。

其中，平时成绩（60%）由作业（15%），上机（15%），课堂发言（15%），考勤（15%）构成。

期末成绩（40%）以学科论文形式进行考查（考查学生对网络营销基本理论 20% 的运用+应用实践 20%的掌握）。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、西方经济学、市场营销学、电子商务

后续课程和教学环节： 电子商务网站建设

平行开设课程和教学环节：管理信息系统

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

冯英健. 网络营销基础与实践. 清华大学出版社

**(二) 主要参考书目**

1. 瞿彭志. 网络营销. 高等教育出版社.
2. 张廷茂. 网络营销. 河北人民出版社.
3. 王小栋. 网络营销的秘诀与实例. 中国国际广播出版社.
4. 宋文官. 网络营销及案例分析. 高等教育出版社.

制订人： 刘华

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《企业资源计划》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Enterprise Resources Planning

课程代码: BU252020 / BU252Z20

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、工商管理、市场营销、工商管理(专转本)、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学要求

企业资源计划(Enterprise Resources Planning, 简称 ERP)是工商管理、市场营销和物流管理专业的专业基础课,通过本课程的学习,使学生掌握 ERP 的基本概念和基本理论,掌握 ERP 软件系统的实施方法和运行管理及评估的方法,通过操作 ERP 软件,熟悉 ERP 软件系统总体结构及各子系统的功能。

### (二) 企业资源计划课程的基本要求

1. 对 ERP 系统的相关概念有较为深刻的理解;
2. 熟悉 ERP 软件系统总体结构及各子系统的功能;
3. 对 ERP 软件系统的工作内容及工作流程有较为深刻的把握;
4. 对国内外 ERP 主流产品及应用状况有较全面的了解。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 ERP 概述

第一节 ERP 理论的发展历程

第二节 ERP 的概念和意义

第三节 ERP 的管理思想

第四节 ERP 的应用状况及发展趋势

基本要求: 了解 ERP 的发展阶段及各阶段的基本特征,掌握 ERP 的核心管理思想及应用现状,了解 ERP 的未来发展趋势。

## 第二章 ERP 的功能结构

### 第一节 生产管理模块

### 第二节 供应链管理模块

### 第三节 公共资料模块

基本要求：理解 ERP 的基本原理，掌握主生产计划、物料需求计划、产能管理、工作中心、工艺路线提前期等概念；掌握供应链管理业务流程，生产管理业务流程，学会 ERP 系统中供应链管理模块，生产管理模块的操作。

## 第三章 ERP 项目实施的前期准备

### 第一节 实施概述

### 第二节 需求分析

### 第三节 选型

基本要求：了解项目实施的概念，步骤；了解需求分析的主要内容，掌握选型要素、步骤，了解国内外主要 ERP 产品的特点及市场占有情况。了解 ERP 项目失败的主要原因。

## 第四章 ERP 项目实施

### 第一节 ERP 实施过程

### 第二节 ERP 实施案例分析

基本要求：了解 ERP 实施的计划、组织以及各阶段的主要内容，通过案例分析，进一步理解实施的重要性和项目成功的关键因素。

## 第五章 ERP 运行管理与效益评价

### 第一节 ERP 运行管理

### 第二节 ERP 绩效评估

基本要求：了解 ERP 运行管理的主要内容，了解 ERP 绩效评价的意义，理解绩效评价的主要内容，了解国内外 ERP 绩效评价的主要方法及各自的特点。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	ERP 概述	3			
2	ERP 的功能结构	7	14		
3	ERP 实施的前期准备	2			
4	ERP 的实施	2			
5	ERP 的绩效评价	2			
6	综合模拟		2		
合计		16	16		
		32			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU25202001	客户订货	2	必修	验证	1	理解销售管理的主要功能,掌握相关的基本操作
BU25202002	排程业务	2	必修	验证	1	理解主生产计划和物料需求计划的作用,掌握排程及物料需求计划的操作
BU25202003	产能管理	2	必修	验证	1	理解产能管理的作用,掌握产能管理的操作
BU25202004	采购业务	2	必修	验证	1	理解采购管理的作用,掌握基本采购业务流程及其操作
BU25202005	生产业务	2	必修	验证	1	了解生产业务流程,掌握生产订单管理的操作
BU25202006	销售发货与制单	2	必修	验证	1	了解发货制单业务,掌握相关业务的操作
BU25202007	物料清单	2	必修	验证	1	理解物料清单的作用,掌握物料清单的相关概念及基本操作
BU25202008	综合模拟	2	必修	综合	1	从接受订单到安排生产,完成一个完整的流程操作。

开放性课程实验: 是 否

### 四、相关说明

#### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课,考核方式为上机考试;

总评成绩由三部分构成:出勤与课堂参与 20%、实验 40%、上机考试 40%;

实验成绩按各次实验报告成绩的平均分计。

#### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节:管理信息系统

后续课程和教学环节:无

平行开设课程和教学环节:无

### 五、教材和主要参考书目

#### (一) 教材

张莉莉. 新编用友 ERP 生产管理系统实验教程. 清华大学出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 林勇主编. ERP 理论与实践. 中国科学技术大学出版社.
2. 用友软件股份有限公司编. ERP 培训教材. 中国物资出版社.
3. 罗鸿. ERP 原理、设计、实施 (第三版). 电子工业出版社.
4. 程控. MRP II /ERP 实施与管理. 清华大学出版社.

制订人：余晓红

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《商务谈判》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Busniess Negotiations

课程代码: BU252022/BU252Z18

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

课程通过讲授谈判的专业知识,使学生掌握包括谈判的原则,谈判的类型,谈判方案的制定、谈判的开局、磋商、突破、成交、谈判的素质等知识。同时,课程通过组织模拟谈判,使学生真正能掌握谈判的技能,具备较强的应变能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 商务谈判的概念

##### 第一节 商务谈判的定义

##### 第二节 商务谈判的构成

##### 基本要求:

要求学生掌握商务谈判的概念、商务谈判的构成要素、商务谈判的性质、商务谈判的基本原则等一系列商务谈判基本的理论。

#### 第二章 商务谈判的分类

##### 第一节 谈判目标分类法

##### 第二节 交易地位分类法

##### 第三节 交易地点分类法

##### 第四节 谈判项目所属部门分类法

##### 基本要求:

要求学生能根据商务谈判的目标、商务谈判交易地位、商务谈判交易地点以及谈判项目所属部门对商务谈判进行分类。本章是课程的重点。

### 第三章 探询

#### 第一节 阶段目标

#### 第二节 探询做法

#### 第三节 探询的原则

#### 基本要求：

要求学生掌握在商务谈判的第一阶段探询时应有哪些谈判的做法。在探询时，又应该奉行哪些探询的原则。

### 第四章 准备

#### 第一节 准备

#### 第二节 准备的原则

#### 基本要求：

要求学生能根据商务谈判的目标掌握正式谈判之前要进行哪些准备工作，包括通过各种方式来搜集所需要的信息。本章是课程的一个重点。

### 第五章 谈判

#### 第一节 书面磋商

#### 第二节 电话磋商

#### 第三节 面对面磋商

#### 第四节 谈判阶段的基本规则

#### 基本要求：

要求学生掌握在不同的谈判方式：书面、电话和面对面谈判有哪些不同的特点，以及不同的谈判方式下要遵循的规则。本章是全课程的重点和难点所在。

重点：磋商流程与基本要求

难点：讨价还价及其与磋商的关系

### 第六章 小结

#### 第一节 小结的目的

#### 第二节 小结内容、方式与规则

#### 基本要求：

要求学生掌握在初始谈判之后，如何利用前期谈判的情况进行总结，并为后期的谈判制定良好的策略。本章是课程的另一重点所在。

### 第七章 再谈判

#### 第一节 基础与目标

#### 第二节 运作形式及规则

基本要求：

要求学生掌握在谈判告一段落之后，还能进行后续谈判的基础与目标，以及如果开展后续的谈判应怎么样进行运作。

## 第八章 终结

第一节 判定终结的标准

第二节 终结的方式及规则

基本要求：

要求学生掌握在谈判进行到收尾的阶段时，运用适当的策略使谈判终结，谈判终结的标准。

## 第九章 重建谈判

第一节 起因与任务

第二节 重建谈判的规则

基本要求：

要求学生掌握谈判由于某些特殊的原因而要重建谈判的时候，掌握重建谈判的规则。

## 第十章 交易条件的谈判及成交条件的预测

第一节 交易的探讨

第二节 交易条件的确立

第三节 成交价格的预测

基本要求：

要求学生掌握在谈判开始之前，运用收集的资料对谈判可能的成交条件进行分析、判断及预估。本章是全课程的又一重点和难点所在。

重点：成交条件的分析、判断和预估

难点：资料的收集和处理

## 第十一章 谈判目标的定位

第一节 谈判目标的分类

第二节 谈判目标的确立

基本要求：

要求学生掌握在谈判开始之前和谈判进行的过程中不断对谈判的目标进行确立及调整。

重点：谈判目标的确立

难点：谈判目标的C值与可行性估量

## 第十二章 合同文本的谈判

### 第一节 合同文本的初谈

### 第二节 合同条款的确立

#### 基本要求：

要求学生掌握在面对面的谈判中，对即将形成的合同文本的条款进行详细的解读与分析，使合同条款没有歧义及不当之处。

## 第十三章 商务谈判的管理及主持

### 第一节 谈判人的选择

### 第二节 商务谈判的准备工作

### 第三节 商务谈判人的主持

#### 基本要求：

要求学生掌握在面对面的谈判中，如何选择合适的谈判人员、如何做好谈判中的准备工作以及作为谈判的主持者应如何对谈判的各个进程进行把握。

## 第十四章 商务谈判的思维及语言

### 第一节 商务谈判的思维

### 第二节 商务谈判人的语言

#### 基本要求：

要求学生理解谈判中的思维方式如何决定了谈判的结果。同时，要求学生掌握谈判中语言使用的特点。

## 第十五章 商务谈判的策略

### 第一节 商务谈判的策略

### 第二节 商务谈判的策略的运用

#### 基本要求：

要求学生掌握在谈判中，如何使用恰当的策略，如报价的策略、讨价还价的策略、让步的策略以及最后收尾的策略。重点和难点在掌握策略的灵活运用。

重点：谈判主动权的掌握和优势的确立

难点：硬式策略、软式策略和原则性策略的综合运用。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 商务谈判概论	2			
2	第2章 商务谈判的分类	2			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
3	第3章 探询 第4章 准备	2			重点
4	第5章 谈判	2			重点 +难点
5	第6章 小结 第7章 再谈判	2			
6	第8章 终结	2			
7	第9章 重建判断	2			
8	第10章 交易条件的谈判及成交条件的预测	2			重点
9	第11章 谈判目标的定位 第12章 合同文本的谈判	2			难点
10	第13章 商务谈判的管理与主持	2			难点
11	第14章 商务谈判的思维、语言	2			
12	第15章 商务谈判的策略	2			重点
13	模拟谈判 1		2		
14	模拟谈判 2		2		
15	模拟谈判小结	2			
合计		26	4		2
		30			2

### （三）实践环节和要求

目前，教师可以给定学生具体目的、要求，提供线索，鼓励学生课外积极实践。在条件具备时可以采用商务谈判模拟系统，进行模拟商务谈判决策。

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

#### 1、教学和考核方式：

本课程为考查课

结课成绩由平时成绩 60% ， 期末试卷 40% 构成。

#### 2、习题：

布置模拟商务谈判 3 次，每位学生至少参加 1 次谈判。布置课后思考题 4 次。布置案例分析题 3 题。

#### 3、能力培养要求：

通过本课程学习，要求学生①理解和掌握商务谈判的基本理论和方法；②认真领会与贯彻商务谈判的观念，谈判中的双赢意识；③对谈判的情势进行分析和判断，做出正确的决策；④恰当的运用谈判的语言、谈判的艺术；⑤初步具有单人或多人谈判的能力。

#### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学 管理学 微观经济学 高等数学 统计学 计算机基础

后续课程和教学环节：商务沟通、服务营销、商务策划、广告学

平行开设课程和教学环节：无

### 五、教材和主要参考书目

#### （一）教材

丁建忠. 商务谈判（第二版）. 中国人民大学出版社.

#### （二）主要参考书目

1. [美] 马丁·拉茨. 获得优势—通过谈判获得你想要的. 光明日报出版社.
2. 卢润德. 商务谈判. 重庆大学出版社.
3. 张素红. 商务交流. 科学出版社.
4. 李健, 李旻. 商务沟通. 中国商务出版社.

制订人：王勇

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《会计信息系统 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Accounting Information System A

课程代码: BU252101

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

本课程的教学目标是使学生能够熟练运用会计核算软件完成企业基本财务会计工作,理解和掌握计算机如何被用于会计信息系统,进而了解同类商品化的会计软件。

通过本课程的学习,要求学生能够从信息技术发展的角度去理解会计,同时基本具备会计电算化软件的操作及维护知识,能够正确地理解和评价会计信息系统,并为不断完善和创新会计核算与管理方法打下良好的基础

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 系统应用基础

第一节用友 ERP-U8 管理软件简介

第二节 实验教程使用导航

基本要求:了解用友 U8 管理软件

#### 第二章 系统管理与企业应用平台

第一节 系统管理

第二节 企业应用平台

实验一 系统管理和基础设置

基本要求:掌握软件中系统管理和基础设置的相关内容,理解系统管理在整个系统中的作用及其基础设置的重要性。

#### 第三章 总账管理

第一节 系统概述

## 第二节 总账管理系统初始设置

## 第三节 总账管理系统日常业务处理

## 第四节 总账管理系统初始设置

## 实验二 总账管理系统初始设置

## 实验三 总账管理系统日常业务处理

## 实验四 总账管理系统期末处理

基本要求：了解总账系统的基本功能，掌握总账的初始设置以及日常业务处理和期末处理。

## 第四章 UFO 报表管理

### 第一节 系统概述

### 第二节 报表管理

## 实验五 UFO 报表管理

基本要求：了解报表系统，掌握自定义报表的设计和报表的输出。

## 第五章 薪资管理

### 第一节 系统概述

### 第二节 薪资管理系统日常业务处理

## 第六章 固定资产管理

### 第一节 系统概述

### 第二节 固定资产管理系统日常业务处理

## 实验六 固定资产管理

基本要求：掌握固定资产管理系统初始化、日常业务处理、月末处理的操作。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	系统应用基础	3			
2	系统管理与企业应用平台	3		3	
3	总账管理	9		12	
4	UFO 报表管理	3		3	
5	薪资管理	3		3	
6	固定资产管理	3		3	
合计		24		24	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU25210101	系统管理和基础设置	3	必修	综合	1	掌握用友 ERP-U8 管理软件中系统管理和基础设置的相关内容
BU25210102	总账管理系统初始设置	3	必修	综合	1	掌握总账初始设置的具体内容及要求
BU25210103	总账管理系统日常业务处理	6	必修	综合	1	掌握总账日常业务处理的各种操作
BU25210104	总账管理系统期末处理	3	必修	综合	1	掌握总账期末的处理工作
BU25210105	UFO 报表管理	3	必修	综合	1	掌握自定义报表和利用报表模板生成报表
BU25210106	薪资管理	3	必修	综合	1	掌握薪资业务处理流程、日常、期末处理
BU25210107	固定资产管理	3	必修	综合	1	掌握固定资产管理系统的相关内容

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

成绩评定方式：平时成绩占 60%；期末考试成绩占 40%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

王新玲, 汪刚, 赵婷. 会计信息系统实验教程(用友 ERP-U8. 72 第 2 版). 清华大学出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 管彦庆. 会计信息系统理论与实验教程. 机械工业出版社.
2. 张瑞君, 蒋矾章. 会计信息系统. 中国人民大学出版社.
3. 薛祖云. 会计信息系统. 厦门大学出版社.
4. 钱玲. 会计信息系统. 上海财经大学出版社有限公司.

制订人：史晓芬

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《税收筹划》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tax Planning

课程代码: BU252102

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

本课程是工商管理工程专业的一般必修课。本课程分为税制和税收筹划两个部分,税制部分阐述税收制度的基本概念、基本原理,全面系统且详细地介绍我国现行税收法律制度的各项规定,以我国现行的税收政策法规为依托,详细介绍我国现行税收体系中各种税种的主要内容以及税款的计算和缴纳等各项具体规定,并概括介绍我国税制改革的方向和思路;税收筹划部分主要介绍税收筹划的原理和基本方法,以我国现行税制中的主要税种为研究对象,分别介绍各税种的具体筹划方法等。通过本课程的学习,使学生系统了解我国现行各税种的相关法律规定,掌握税额的计算方法和税收筹划的基本方法,初步具备税收筹划的技能。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 税收概论

第一节 税收的概念和本质

第二节 税收制度概述

第三节 税制体系

重点: 税收和税收制度、税制结构、税制体系的基本概念概念;

难点: 税收要素的概念和特征。

#### 第二章 流转税

第一节 增值税

第二节 消费税

### 第三节 营改增

### 第四节 关税

重点：增值税、消费税和关税的税制要素和税额计算；

难点：增值税、消费税和关税的税制要素和税额计算。

## 第三章 所得税

### 第一节 企业所得税

### 第二节 个人所得税

重点：企业所得税和个人所得税的税制要素和税额计算；

难点：企业所得税和个人所得税的税制要素和税额计算。

## 第四章 其他税

### 第一节 房产税

### 第二节 行为税

重点：房产税、契税、土地增值税、印花税、城建税及教育费附加税制要素和税额计算；

难点：房产税和土地增值税的税制要素和税额计算。

## 第五章 税收筹划的基本理论和基本方法

### 第一节 税收筹划的概念和特点

### 第二节 税收筹划的基本前提、原因和实施条件

### 第三节 影响税收筹划的因素和实施流程

### 第四节 税收筹划的基本方法

重点：税收筹划产生的实施条件，影响筹划的因素，筹划的实施流程，基本的税收筹划的方法；

难点：基本的税收筹划的方法。

## 第六章 流转税的税收筹划

### 第一节 增值税

### 第二节 消费税

重点：增值税和消费税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优惠筹划；

难点：增值税和消费税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优惠筹划。

## 第七章 所得税的税收筹划

### 第一节 企业所得税

### 第二节 个人所得税

重点：企业所得税和个人所得税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优

惠筹划；

难点：企业所得税和个人所得税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优惠筹划。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 税收概论	6			
2	第二章 流转税	16			
3	第三章 所得税	9			
4	第四章 其他税	5			
5	第五章 税收筹划的基本理论和基本方法	3			
6	第六章 流转税的税收筹划	5			
7	第七章 所得税的税收筹划	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。

成绩评定方式：

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 20%；习题作业，占总成绩的 20%；重要案例分析，占总成绩的 20%；平时成绩合计占总成绩的 60%。

期末成绩：开卷考试，占总成绩的 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学、线性代数、宏观经济学、微观经济学、会计学、财务管理；

后续课程和教学环节： 财务分析、企业资源计划等；

平行开设课程和教学环节： 市场调查及市场预测。

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

马海涛. 中国税制. 北京：中国人大出版社，2015；

## （二）主要参考书目

1. 杜莉, 徐晔. 中国税制. 复旦大学出版社.
2. 中国注册会计师协会. 2013 年度注册会计师全国统一考试辅导教材: 税法. 经济科学出版社.
3. 童锦治. 税收筹划. 科学出版社.
4. 蔡昌. 税收筹划: 理论、实务与案例. 中国财政经济出版社.
5. 杨志清, 庄粉荣. 税收筹划案例分析. 中国人民大学出版社.

制订人: 刘霞

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《财务分析》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Analysis

课程代码: BU252104 /BU242104

课程类别: 一般必修/核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理, 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程的教学目标是使学生了解与本课程相关领域中较为重要的理论知识和一些财务报表分析方法。

通过本课程的学习, 要求学生可以以“哈佛分析框架”为主线, 应用财务分析的基本方法去解读资产负债表、利润表和现金流量表, 并评价企业的盈利能力、营运能力、偿债能力和增长能力。并且能够对企业的财务状况, 经营成果和现金流情况作出综合评价; 能够通过报表分析来透视企业经营和理财中存在的问题, 并有针对性地提出解决思路。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 财务报表分析基础

##### 第一节 财务报表体系构成

##### 第二节 资产负债表结构与内容

##### 第三节 利润表的结构与内容

##### 第四节 现金流量表的结构与内容

##### 第五节 股东权益变动表的结构与内容

基本要求: 了解财务报表分析的基础以及财务报表体系的构成, 熟悉资产负债表、利润表、现金流量表即股东权益变动表的结构和内容。

#### 第二章 财务报表分析原理

##### 第一节 财务报表分析的目标

## 第二节 财务报表分析的程序

## 第三节 财务报表分析方法

基本要求：了解财务报表分析的目标和方法，重点掌握财务报表分析的程序。

# 第三章 资产负债表分析

## 第一节 资产负债表分析概述

## 第二节 资产负债表比较分析

## 第三节 资产项目分析

## 第四节 负债及所有者权益项目分析

基本要求：了解资产负债表的基本内容，能用比较分析法分析资产负债表，掌握资产项目、负债及所有者权益项目的具体分析。

# 第四章 利润表分析

## 第一节 利润表分析概述

## 第二节 利润表比较分析

## 第三节 收入分析

## 第四节 成本与费用分析

基本要求：了解利润表的基本内容，能用比较分析法分析利润表，掌握收入和成本费用的具体分析。

# 第五章 现金流量表分析

## 第一节 现金流量表分析概述

## 第二节 现金流量表比较分析

## 第三节 现金流量表项目分析

基本要求：了解现金流量表的基本内容，能用比较分析法分析现金流量表，掌握现金流量表各项目的具体分析。

# 第六章 盈利能力分析

## 第一节 盈利能力分析的内涵与意义

## 第二节 营业盈利能力

## 第三节 资产盈利能力分析

## 第四节 资本盈利能力分析

基本要求：掌握盈利能力分析指标的计算和分析方法，重点掌握从经营，资产，资本三个角度进行盈利能力分析的方法。

# 第七章 营运能力分析

## 第一节 营运能力分析的内涵与意义

## 第二节 流动资产营运能力分析

## 第三节 固定资产营运能力分析

基本要求：了解企业营运能力分析的内容，掌握营运能力分析指标的计算和分析。

# 第八章 偿债能力分析

## 第一节 偿债能力分析的内涵与意义

## 第二节 短期偿债能力分析

## 第三节 企业长期偿债能力分析

基本要求：了解企业偿债能力的评价指标以及指标的计算，掌握企业偿债能力指标的计算分析。

# 第九章 增长能力分析

## 第一节 增长能力分析的内涵与意义

## 第二节 单项增长能力分析

## 第三节 整体增长能力分析

基本要求：了解企业发展能力评价的内容，掌握发展能力指标的计算和分析，以及企业财务发展能力的评价方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	财务报表分析基础	3			
2	财务报表分析原理	7			
3	资产负债表分析	7			
4	利润表分析	7			
5	现金流量表分析	3			
6	偿债能力分析	6			
7	营运能力分析	6			
8	盈利能力分析	6			
9	增长能力分析	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

成绩评定方式：平时占 60%，期末占 40%

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学，财务管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

池国华，王玉红，徐晶. 财务报表分析. 2. 北京:北京交通大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 张新民，钱爱民. 财务报表分析. 中国人民大学出版社.
2. 宋娟. 财务报表分析从入门到精通. 机械工业出版社.
3. 王华成. 财务报表分析. 北京大学出版社.
4. 王德发. 财务报表分析. 中国人民大学出版社.

制订人：史晓芬

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《管理心理学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Managerial Psychology

课程代码: BU252105

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生掌握有关个体心理与行为以及群体心理与行为的相关知识。其中,个体心理与行为主要包括:知觉与归因、态度与价值观、个性心理。群体心理与行为主要包括人际关系、群体沟通、群体冲突、团队建设以及员工援助计划等。要求学生掌握管理心理学的相关理论知识,并能够与实践相结合,为将来从事管理工作打下良好的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 管理心理学概述

第一节 管理心理学的研究对象

第二节 管理心理学的产生与发展

了解管理心理学产生发展的过程、掌握管理心理学的研究对象与研究方法,

#### 第二章 知觉、归因理论与个人决策

第一节 知觉概述

第二节 人际知觉

第三节 归因理论

第四节 个人决策

了解知觉概念、人际知觉的特点,掌握归因理论的主要内容及其在个人决策中的重要作用

#### 第三章 个性心理

### 第一节 个性的成因

### 第二节 个性的结构

### 第三节 性格

### 第四节 气质

### 第五节 能力

了解个性的特点、成因及其结构，掌握性格、气质、能力的不同含义及其个体之间的差异性

## 第四章 价值观与态度

### 第一节 价值观

### 第二节 态度及其改变

### 第三节 工作满意度

### 第四节 组织承诺

了解态度的构成及其特点、价值观的概念，掌握工作满意度的含义及其组织承诺的重要意义

## 第五章 群体沟通

### 第一节 群体沟通的种类

### 第二节 群体沟通的改善

### 第三节 群体决策

了解群体沟通的含义与种类，掌握群体沟通改善的方法以及群体决策的特点与应用

## 第六章 群体冲突

### 第一节 群体冲突的种类

### 第二节 群体冲突的应对

了解群体冲突的含义与种类，掌握群体冲突的危害及其应对策略

## 第七章 团队建设

### 第一节 团队种类

### 第二节 高效团队的建设

了解团队的含义与种类，掌握高效团队的特征及其建设的方法

## 第八章 员工援助计划

### 第一节 员工心理保健

### 第二节 员工心理咨询

了解员工心理保健的含义及其必要性，掌握员工心理咨询的基本方法

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	管理心理学概述	4			
2	知觉、归因理论与个人决策	4			
3	价值观与态度	4			
4	个性心理	4			
5	群体沟通	4			
6	群体冲突	4			
7	团队建设	4			
8	员工援助计划	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，平时成绩占 60%，期末成绩占 40%

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

王晓钧. 管理心理学. 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 冉苒, 苏宗荣. 管理心理学. 科学出版社.
2. 孙科炎, 刘鹏. 管理心理学. 中国电力出版社.
3. 陈国海. 管理心理学. 清华大学出版社.
4. 毕雪阳. 管理心理学. 上海财经大学出版社.

制订人：李向韬

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《成本管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Cost Management

课程代码: BU252106

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

通过对本门课程的学习,使学生能掌握企业产品成本计算的品种法、分批法、分步法等基本方法,能具有相应的成本预测、决策、控制、考核等管理方面的基本能力。

本课程的基本要求是:使学生能基本掌握成本管理领域的知识,包括成本计算、成本核算、成本预测、成本决策、成本控制、成本考核等内容。能够充分掌握相关原理、方法,并能够主动运用所学专业去分析、判断和解决实践中的相关问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 成本会计概述

##### 第一节 成本概述

##### 第二节 成本会计概述

基本要求:掌握成本的概念;掌握成本与费用之间的关系;了解成本会计的基本内容。

#### 第二章 产品成本核算的要求和程序

##### 第一节 成本核算的要求

##### 第二节 费用的分类

##### 第三节 产品成本核算的一般程序

基本要求:了解成本核算的基本要求;掌握费用的分类;熟悉成本核算的一般程序。

#### 第三章 生产费用在各种产品之间的归集和分配

##### 第一节 各种要素费用的归集和分配

## 第二节 长期待摊费用的归集和分配

## 第三节 辅助生产费用的归集和分配

## 第四节 制造费用的归集和分配

基本要求：掌握各种要素费用核算的基本内容、辅助生产费用及制造费用计算的各种方法；熟悉成本计算原理和成本计算程序。

## 第四章 生产费用在完工产品和在产品之间的归集和分配

### 第一节 在产品数量的确定

### 第二节 生产费用在完工产品和在产品之间的分配

### 第三节 完工产品成本的结转

基本要求：了解在产品数量的确定；掌握生产费用在完工产品和在产品之间分配的基本方法；掌握完工产品成本结转的核算方法。

## 第五章 产品成本计算方法

### 第一节 生产类型、管理要求和成本计算方法

### 第二节 品种法

### 第三节 分批法

### 第四节 分步法

### 第五节 产品成本计算的辅助方法

基本要求：掌握成本计算的品种法、分批法、分步法这三种基本方法；熟悉生产类型、管理要求和成本计算方法的关系；熟悉成本计算的辅助方法。

## 第六章 管理会计概述

### 第一节 管理会计涵义

### 第二节 管理会计的基本内容与职能

### 第三节 管理会计与相关学科之间的关系

基本要求：掌握管理会计的基本概念；掌握管理会计基本内容和职能；了解管理会计与财务会计、成本会计之间的关系。

## 第七章 变动成本法

### 第一节 成本性态分析

### 第二节 变动成本法

### 第三节 变动成本算法与完全成本算法的比较

基本要求：掌握变动成本法；熟悉变动成本算法与完全成本算法的区别与联系以及成本的性态分析内容。

## 第八章 成本—业务量—利润分析

### 第一节 本量利分析的意义

### 第二节 保本条件下的本量利分析

### 第三节 盈利条件下的本量利分析

基本要求：掌握保本条件下的本量利分析、盈利条件下的本量利分析；了解本量利分析的意义。

## 第九章 经营决策

### 第一节 预测分析

### 第二节 决策分析及所需要考虑的特定概念

### 第三节 定价决策

### 第四节 生产决策

基本要求：掌握预测分析、定价决策和生产决策；熟悉决策分析及所需要考虑的特定概念。

## 第十章 全面预算

### 第一节 全面预算的内容体系

### 第二节 全面预算的编制

基本要求：掌握全面预算的内容体系、固定预算下的全面预算的编制；了解其他方法下预算编制的特点。

## 第十一章 成本控制：标准成本系统

### 第一节 标准成本的制定

### 第二节 标准成本差异分析及控制

### 第三节 标准成本系统账务处理

基本要求：掌握标准成本差异分析及控制、标准成本系统账务处理；熟悉标准成本的制订。

## 第十二章 责任会计

### 第一节 责任中心

### 第二节 内部结算价格

### 第三节 责任预算和责任会计信息系统与控制

### 第四节 业绩评价与责任报告

基本要求：掌握责任中心、内部结算价格；熟悉责任预算和责任会计信息系统与控制、业绩评价与责任报告。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	成本会计概述	2			
2	产品成本核算的要求与程序	2			
3	生产费用在各种产品之间的归集合分配	6			
4	生产费用在完工产品和在产品之间的归集和分配	6			
5	产品成本计算方法	10			
6	管理会计概述	2			
7	变动成本法	4			
8	成本-业务量-利润分析	4			
9	经营决策	4			
10	全面预算	3			
11	成本控制：标准成本系统	3			
12	责任会计	2			
合计		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，平时成绩占 60%，考试成绩占 40%

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学、财务管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

赵书和. 成本与管理会计. 机械工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 孟焰. 成本管理会计. 高等教育出版社.

2. 万寿义. 成本管理. 中央广播电视大学出版社.

3. 于富生. 成本会计教程. 中国人民大学出版社.

4. 中国注册会计师协会. 财务成本管理. 中国财政经济出版社.

制订人：刘 斌

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《广告学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Advertising

课程代码: BU252202/ BU252Z26

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销 市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

本课程是市场营销专业的专业课程,也可作为工商类其他专业的选修课程。本课程旨在通过学广告相关的基本概念和原理,使学生学习和理解广告基本理论知识,为今后开展广告策划活动和广告管理培养专门的人才。

本课程的基本要求是:使在学生能够了解广告学理论的知识;使学生对企业广告学的实际应用有一个系统的认识。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 广告与广告学

第一节 广告的含义和功能

第二节 广告的研究对象与方法

第三节 广告的历史沿革

第四节 广告产业的三大支柱

基本要求:了解广告构成的三要素;了解广告的主要功能与类型;了解广告的产生、发生和演变趋势;掌握广告划分的几种不同标准和类型。

难点:广告的类型

#### 第二章 广告调查

第一节 广告调查的概念和作用

第二节 广告调查的内容

第三节 广告调查的方法

基本要求:了解广告的概念和作用;掌握广告调查的内容和方法。

### 第三章 广告战略与广告计划

#### 第一节 广告战略的概念和性质

#### 第二节 广告战略的类型

#### 第三节 广告战略的内容

#### 第四节 广告计划

基本要求：熟悉广告计划的制定步骤、掌握撰写广告计划书的方法。

### 第四章 广告定位与广告诉求点

#### 第一节 广告定位概述

#### 第二节 广告定位理论

#### 第三节 广告定位方法

#### 第四节 广告诉求点

基本要求：掌握广告诉求方式及应用策略。

### 第五章 广告预算

#### 第一节 广告预算概述

#### 第二节 广告预算的方法

#### 第三节 广告预算的分配

基本要求：掌握编制广告预算的方法。

### 第六章 广告媒体

#### 第一节 广告媒体概述

#### 第二节 广告媒体的评价和选择

#### 第三节 广告媒体的组合与频率发布

#### 第四节 新型广告媒体研究

基本要求：了解主要广告媒体的优缺点。

### 第七章 广告创意

#### 第一节 广告创意的概念、内涵及产生过程

#### 第二节 广告心理

#### 第三节 广告文化

#### 第四节 广告创意的思维方法和广告创意的培养

基本要求：了解广告创意的内涵、广告创意原理；掌握广告创意的思维方法。

### 第八章 广告设计

#### 第八章 教学目的：

##### 第一节 广告文案

## 第二节 广告色彩与广告构图

## 第三节 广告声响与音乐

## 第四节 广告形象代言人

基本要求：了解广告文案的构成、类别；掌握广告设计的基本方法。

# 第九章 公益广告

## 第一节 公益广告概述

## 第二节 我国公益广告主题的选择

## 第三节 公益广告设计技巧

基本要求：了解公益广告的设计技巧

# 第十章 企业形象广告

## 第一节 企业形象与企业识别系统

## 第二节 企业形象基本要素的设计

## 第三节 企业形象应用要素设计

## 第四节 企业形象广告设计

基本要求：了解企业名称设计、企业标志设计、企业标准色设计的原则和应注意的问题。

# 第十一章 广告效果测评

## 第一节 广告效果的概述

## 第二节 广告传播效果的评估

## 第三节 广告销售效果的评估

## 第四节 广告效果的事后评估

基本要求：了解广告效果评估的原则。

# 第十二章 广告管理

## 第一节 广告管理概述

## 第二节 相关广告法规

## 第三节 广告行业自律

## 第四节 现代广告监督管理

基本要求：了解我国《广告法》的主要内容。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	2			
2	第二章 广告组织	2			
3	第三章 广告调研	4			
4	第四章 广告心理	2			
5	第五章 广告策划与预算	2			
6	第六章 广告主题策划	2			
7	第七章 广告创意原理及方法	4			
8	第八章 广告创意策略	4			
9	第九章 广告创作	4			
10	第十章 广告媒体及选择	2			
11	第十一章 广告效果评估	2			
12	第十二章 广告规则与管理	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。最终成绩由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学

后续课程和教学环节：营销战略管理、消费者行为学

平行开设课程和教学环节：市场调查及市场预测

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

崔文丹. 广告学. 机械工业出版社, 2013. 6

## (二) 主要参考书目

1. 陈培爱. 广告原理与方法. 厦门大学出版社.
2. 陈培爱. 广告学概论. 高等教育出版社.
3. 丁俊杰. 广告学导论. 中南大学出版社.
4. 丁俊杰. 现代广告通论. 中国物价出版社.

制订人：朱天一

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《国际市场营销》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: International Marketing

课程代码: BU252203

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

《国际市场营销学》是市场营销本科专业的一门专业必修程。通过本课程的学习,使学生正确把握国际市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法,并具有提高利用所学知识解决和处理企业在国际市场经营活动中的实际问题的能力。

基本要求:通过本课程的学习,使学生能够正确把握国际市场营销学的基本概念、基本理论和基本方法,了解国际市场营销的环境,掌握国际市场营销的进入战略、竞争战略,掌握企业在国际市场中的营销策略,了解国内外市场营销实践的最新发展。本课程注重理论与实践相结合,在理论教学的基础上,积极开展案例教学,使学生能够利用所学知识解决企业在国际市场经营活动中遇到的实际问题,以此提高分析问题与解决问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际市场营销导论

第一节 企业走向国际市场的动因

第二节 市场营销学与国际市场营销学

第三节 国际营销与国际贸易

第四节 企业跨国营销的演进及其经营哲学的演变

第五节 国际市场营销面临的国际形势及任务

课程内容和基本要求:了解国际市场营销学与市场营销学的关系,掌握企业走向国际市场的动因,理解企业跨国营销的演进及其经营哲学的演变和国际市场营销面临

的国际形势及任务。

**重点和难点：**企业走向国际市场的动因、了解国际营销与国际贸易的区别和联系、掌握企业跨国营销的演进及其经营哲学的演变过程。

## 第二章 国际文化环境

第一节 文化的含义及其在国际市场营销中的地位

第二节 文化要素

第三节 文化分析、文化适应和文化变迁

第四节 国际营销中的商业习惯

**课程内容和基本要求：**了解文化的变化及变化的阻力，掌握文化因素再国际市场营销中的重要性，理解国际营销中的商业习惯。

**重点和难点：**掌握文化因素再国际市场营销中的重要性，理解国际营销中的商业习惯。

## 第三章 国际经济环境

第一节 本地经济环境

第二节 区域经济环境

第三节 全球经济环境

第四节 全球市场环境

第五节 国际金融与外汇环境

**课程内容和基本要求：**了解全球经济发展概况和各国经济制度，掌握区域经济一体化的组织形势及地区经济一体化对国际营销的影响，理解全球市场发展阶段和国际市场竞争者分析。

**重点和难点：**地区经济一体化对国际营销的影响。

## 第四章 国际政治法律环境

第一节 国际政治环境

第二节 国际法律环境

**课程内容和基本要求：**了解国内法律和国际经济法，掌握解决国际贸易争端的途径。理解政府政策的稳定性。

**重点和难点：**国内法律和国际经济法，掌握解决国际贸易争端的途径。

## 第五章 国际技术环境

第一节 知识经济与技术革命

第二节 知识经济时代的技术革命对国际营销的影响

第三节 因特网与国际营销

#### 第四节 技术革命发展趋势

课程内容和基本要求：了解技术革命发展趋势、因特网的商业应用和利用因特网开展营销的特点，掌握知识经济时代的技术革命对国际营销的影响，理解知识经济的涵义与特征。

重点和难点：知识经济时代的技术革命对国际营销的影响。

### 第六章 国际物资自然环境

#### 第一节 各国自然环境与基础设施

#### 第二节 自然环境的恶化与环保运动的兴起

#### 第三节 可持续发展战略与绿色营销

课程内容和基本要求：了解各国自然环境对国际营销的影响，掌握可持续发展战略与绿色营销，理解环保运动对国际营销的影响。

重点和难点：了解各国自然环境对国际营销的影响，掌握可持续发展战略与绿色营销。

### 第七章 国际市场营销信息系统

#### 第一节 国际市场信息概述

#### 第二节 国际市场营销信息系统

课程内容和基本要求：了解国际市场信息的开发和利用的意义，掌握国际市场信息的内容、信息分类以及国际市场营销信息系统的建立和设计，理解国际市场营销信息系统的涵义、内容及作用。

重点和难点：掌握国际市场信息的内容、信息分类以及国际市场营销信息系统的建立和设计，理解国际市场营销信息系统的涵义、内容及作用。

### 第八章 国际市场营销调研

#### 第一节 国际市场营销调研的内容

#### 第二节 国际市场营销调研方案

#### 第三节 国际市场调研方法

#### 第四节 国际市场调研组织

#### 第五节 国际市场特点分析

课程内容和基本要求：了解主要国家和地区市场特点和国际市场消费者行为特点，掌握国际市场调研的内容、范围、拟定调研项目及如何撰写市场调研报告，理解国际市场营销调研的涵义和作用。

重点和难点：掌握国际市场调研的内容、范围、拟定调研项目及如何撰写市场调研报告，理解国际市场营销调研的涵义和作用。

## 第九章 国际市场细分与目标市场

### 第一节 国际市场细分

### 第二节 国际目标市场与产品定位

课程内容和基本要求：了解国际市场细分的涵义及意义，掌握选择目标市场的标准、过程、战略和国际市场产品定位，理解国际市场细分的标准、步骤。

重点和难点：掌握选择目标市场的标准、过程、战略和国际市场产品定位，理解国际市场细分的标准、步骤。

## 第十章 进入国际市场的战略

### 第一节 进入国际市场战略的要素

### 第二节 进入国际市场的模式

### 第三节 影响进入模式选择的因素

课程内容和基本要求：了解进入国际市场战略模式与销售方式的比较，掌握影响进入目标国家的市场因素、环境因素、生产因素、国内因素、产品因素、资源与投入因素，理解进入国际市场的各种模式。

重点和难点：掌握影响进入目标国家的市场因素、环境因素、生产因素、国内因素、产品因素、资源与投入因素，理解进入国际市场的各种模式。

## 第十一章 国际竞争战略

### 第一节 经济全球化与国际市场竞争特点

### 第二节 国际市场竞争分析与竞争战略

### 第三节 国际市场竞争的新战略—国际战略联盟

课程内容和基本要求：了解经济全球化的特点和国际竞争的特点，掌握国际市场竞争分析的方法和竞争战略措施，理解国际战略联盟产生和发展的原因、存在的优势和意义。

重点和难点：掌握国际市场竞争分析的方法和竞争战略措施，理解国际战略联盟产生和发展的原因、存在的优势和意义。

## 第十二章 国际市场产品策略

### 第一节 产品概念与国际市场产品计划

### 第二节 产品标准化与差异化策略

### 第三节 产品系列的选择与产品系列的适应性

### 第四节 国际市场新产品开发

### 第五节 国际市场产品生命周期

### 第六节 国际市场产品的品牌

## 第七节 国际市场产品商标、包装及保证策略

课程内容和基本要求：了解产品系列的选择方案、产品系列的适应性、产品生命周期的几个阶段和国际市场产品生命周期，掌握产品标准化与差异化策略和在国际市场上产品的品牌、商标、包装及保证策略，理解产品质量与 ISO9000 系列质量认证标准和新产品的涵义及其分类、开发过程及推广过程。

重点和难点：掌握产品标准化与差异化策略和在国际市场上产品的品牌、商标、包装及保证策略，理解产品质量与 ISO9000 系列质量认证标准和新产品的涵义及其分类、开发过程及推广过程。

## 第十三章 国际市场定价策略

### 第一节 国际市场产品定价的影响因素

### 第二节 国际市场定价方法

### 第三节 国际市场产品定价策略

### 第四节 调价策略

### 第五节 国际营销价格发展趋势与企业对策

课程内容和基本要求：了解国际营销价格发展趋势和，掌握产品在国际市场上的各种定价方法和各种定价、调价策略，理解影响产品在国际市场定价的各种因素。重点和难点：掌握产品在国际市场上的各种定价方法和各种定价、调价策略，理解影响产品在国际市场定价的各种因素。

## 第十四章 国际市场分销策略

### 第一节 国际分销系统

### 第二节 国际分销渠道的选择

### 第三节 国际分销渠道管理

### 第四节 国际物质分销

课程内容和基本要求：了解国际物质分销目标和重要性，掌握选择、控制和改善国内外分销渠道的方法，理解国际分销渠道的组织结构、国际中间商的类型和国际分销系统的结构。

重点和难点：掌握选择、控制和改善国内外分销渠道的方法，理解国际分销渠道的组织结构、国际中间商的类型和国际分销系统的结构。

## 第十五章 国际促销策略

### 第一节 国际广告策略

### 第二节 国际市场人员推销策略

### 第三节 国际销售推广

#### 第四节 国际营销公共关系

课程内容和基本要求：了解国际广告代理制度和影响国际市场销售推广因素，掌握国际广告策略、国际市场人员推销策略及具体方法，理解国际销售推广的涵义与特点、国际销售推广的分类和策略的制定。

重点和难点：掌握国际广告策略、国际市场人员推销策略及具体方法，理解国际销售推广的涵义与特点、国际销售推广的分类和策略的制定。

### 第十六章 国际服务营销

#### 第一节 服务与服务营销

#### 第二节 国际服务营销

#### 第三节 国际服务营销战略

#### 第四节 国际服务营销组合策略

课程内容和基本要求：了解服务的涵义、类型、分类及其在国民经济发展中的作用，掌握国际服务营销组合策略的要素和使用方法，理解服务营销的涵义与特征和国际服务营销的定位战略和优质服务战略。

重点和难点：掌握国际服务营销组合策略的要素和使用方法，理解服务营销的涵义与特征和国际服务营销的定位战略和优质服务战略。

### 第十七章 国际营销组织、计划与控制

#### 第一节 国际营销计划

#### 第二节 国际营销组织

#### 第三节 国际营销控制

课程内容和基本要求：了解国际营销计划的涵义、国际营销控制的涵义和内容，掌握国际营销组织结构类型及选择方法和国际营销控制程序，理解影响国际营销组织结构设计的因素。

重点和难点：掌握国际营销组织结构类型及选择方法和国际营销控制程序，理解影响国际营销组织结构设计的因素。

### 第十八章 国际市场营销道德

#### 第一节 市场营销道德理论研究及其应用

#### 第二节 国际营销行为的道德评价

#### 第三节 国际营销中的道德问题表现

#### 第四节 国际营销面临各国差异的营销道德

课程内容和基本要求：了解西方国家对企业营销道德的研究与应用发展和国际营销中的道德问题表现，掌握不同国家对营销道德态度的差异性及其针对各国营销道德的

差异性制定营销决策，理解评价国际营销道德的一般理论。

重点和难点：掌握不同国家对营销道德态度的差异性及针对各国营销道德的差异性制定营销决策，理解评价国际营销道德的一般理论。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	国际市场营销导论、国际文化环境	4			
2	国际经济环境、国际政治法律环境	2			
3	技术环境、物质自然环境	2			
4	国际市场营销信息系统、国际市场营销调研	4			
5	国际市场细分与目标市场	4			
6	进入国际市场的战略、国际竞争战略	4			
7	国际市场产品策略、国际市场定价策略	4			
8	国际市场分销策略、国际促销策略	4			
9	国际服务营销	2			
10	国际营销组织、计划与控制和国际市场营销道德	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式为开卷考试。

最终课程的成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，其中平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：国际贸易实务、市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

甘碧群主编. 国际市场营销学（第二版）. 高等教育出版社.

## （二）主要参考书目

1. (美) 菲利普 R 凯特奥拉、约翰 L 格雷厄姆著，周祖城 赵银得 张璘 译. 国际市场营销学. 机械工业出版社.
2. 苏比哈什·C·贾殷著，吕一林 雷丽华 主译. 国际市场营销（第六版）. 中国人民大学出版社.
3. 蔡新春 何永祺编著. 国际市场营销学（第二版）. 暨南大学出版社.
4. (美) Warren J Keegan 著. 全球营销管理（第七版）. 清华大学出版社.

制订人：田雪莹

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《计量营销学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing Metrics

课程代码: BU252204

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

计量营销学是将计量学的理论、概念和方法应用于营销实践活动,并对这种计量的营销活动加以理论化而形成的一门交叉性的边缘学科。本课程在介绍计量营销的战略构架的基础上,从消费者认知、消费者评估、促成消费需求、形成忠诚顾客群体这四个阶段介绍企业营销活动的关键计量指标,如市场份额与品牌计量、利润、成本控制与营销投资分析计量、市场销售额与增长率计量、品牌资产与效用估计计量、顾客盈利能力与顾客终身价值计量等。通过本课程的学习使学生了解计量营销的内容体系,掌握市场营销的基本定量分析方法和思路,运用计量分析的方法指导企业的市场营销活动。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

第一节 市场与市场营销学

第二节 市场营销学与计量

第三节 学习计量营销学的重要性

第四节 掌握与应用计量营销学的理论和方法

教学目标及要求:

- 1、理解和掌握市场、市场经济、市场营销的内涵
- 2、理解和掌握计量营销学的基本内容
- 3、了解计量营销学的学习方法

教学重点：市场、市场经济、市场营销、计量营销的内涵

教学难点：计量营销的内涵

## 第二章 确定计量营销的战略构思

第一节 计量营销战略的准备与开始

第二节 实施计量营销战略初始阶段的任务

第三节 把握最核心的市场营销计量项目

教学目标及要求：

- 1、学习和理解计量营销的战略思想和战略框架
- 2、学习和理解有利于计量营销战略实施的企业文化及其重要性
- 3、学习和理解计量营销的核心内容

教学重点：计量营销的战略思想、计量营销战略实施的企业文化、计量营销的核心内容

教学难点：计量营销的核心内容

## 第三章 市场份额与品牌

第一节 市场份额与相对市场份额

第二节 品牌发展指数与品类发展指数及其渗透

第三节 需求份额、重度使用指数及影响力等级的计量

第四节 与顾客满意度相关的计量

教学目标及要求：

- 1、掌握市场份额计量的内容与方法
- 2、掌握品牌与品类发展指数的计量方法
- 3、掌握市场渗透的计量方法
- 4、掌握需求份额、重度使用指数及影响力等级的计量
- 5、了解与顾客满意度相关的计量内容

教学重点：

市场份额计量、品牌与品类发展指数、市场渗透的计量、需求份额、重度使用指数及影响力等级

教学难点：

市场份额计量、品牌与品类发展指数

## 第四章 利润、成本控制与营销投资分析

第一节 利润与利润率

第二节 价格与渠道利润（率）

### 第三节 单位平均价格与成本

### 第四节 营销投入与损益均衡分析

教学目标及要求：

- 1、理解和掌握利润与利润率的计量方法
- 2、理解和掌握价格与渠道利润（率）的计量方法
- 3、理解和掌握平均价格与成本的计量方法
- 4、理解和掌握营销投入与损益均衡分析

教学重点：

利润与利润率、价格与渠道利润（率）、单位平均价格与成本、营销投入与损益均衡分析

教学难点：

利润与利润率、营销投入与损益均衡分析

## 第五章 市场销售额与增长率计量

### 第一节 试用、重复购买以及市场渗透

### 第二节 年度增长率与复合年增长率

### 第三节 自我吞并率与公平份额截取

教学目标及要求：

- 1、理解和掌握试用、重复购买以及市场渗透的计量方法
- 2、理解和掌握年度增长率与复合年增长率的计量方法
- 3、理解和掌握自我吞并率与公平份额截取的计量方法

教学重点：

试用、重复购买以及市场渗透；年度增长率与复合年增长率；自我吞并率与公平份额截取

教学难点：

自我吞并率与公平份额截取

## 第六章 品牌资产与效用估计

### 第一节 品牌资产的估计问题

### 第二节 联合分析以及可弥补与无法弥补选择

### 第三节 市场细分、联合效用以及销售量预测

教学目标及要求：

- 1、理解品牌资产的多种估计方法
- 2、理解品牌联合分析的方法

### 3、理解市场细分、联合效用以及销售量预测的方法

教学重点：

品牌资产的多种估计方法

教学难点：

品牌资产的多种估计方法

## 第七章 顾客盈利能力与顾客终身价值

### 第一节 顾客数量

### 第二节 顾客利润

### 第三节 顾客终身价值

教学目标及要求：

- 1、学习和理解区分不同顾客的意义和方法
- 2、学习和掌握顾客盈利能力的计算方法
- 3、学习和掌握顾客终身价值的计算方法

教学重点：

区分不同顾客的意义和方法、顾客盈利能力的计算、顾客终身价值的计算

教学难点：

顾客盈利能力的计算、顾客终身价值的计算

## 第八章 销售人员和渠道管理

### 第一节 销售地域、销售目标与效率

### 第二节 薪酬与销售渠道

### 第三节 供货配置计量

### 第四节 物流管理与盈利

教学目标及要求：

- 1、学习和理解销售人员地域划分的意义和方法
- 2、理解销售人员薪酬设计与管理的原则和方法
- 3、理解供货分布覆盖率的基本原理和方法
- 4、理解物流管理的概念和基本原理

教学重点：

销售人员地域划分、销售人员薪酬设计与管理、供货分布覆盖、物流管理

教学难点：

销售人员薪酬设计与管理、供货分布覆盖

## 第九章 定价策略

## 第一节 价格溢价

## 第二节 保留价格和物有所值百分比

## 第三节 需求价格弹性

## 第四节 最优价格

## 第五节 剩余价格弹性与囚徒困境定价方法

教学目标及要求：

- 1、学习和掌握计算价格溢价的方法
- 2、理解保留价格和物有所值百分比
- 3、理解价格弹性
- 4、理解最优价格与固定需求函数的基本原理
- 5、理解剩余价格弹性与囚徒困境定价方法

教学重点：

价格溢价、保留价格和物有所值百分比、需求价格弹性、最优价格、剩余价格弹性与囚徒困境定价方法

教学难点：

价格溢价、保留价格和物有所值百分比、剩余价格弹性与囚徒困境定价方法

## 第十章 促销

## 第一节 价格促销及评估

## 第二节 优惠券及评估

## 第三节 转嫁价格

## 第四节 价格瀑布及价格剪裁

教学目标及要求：

- 1、学习和掌握价格促销的基本原理和方法
- 2、理解优惠券及评估
- 3、理解转嫁价格的概念及计算方法
- 4、理解价格瀑布及价格剪裁的基本原理和方法

教学重点：

价格促销、优惠券及评估、转嫁价格、价格瀑布及价格剪裁

教学难点：

价格瀑布及价格剪裁

## 第十一章 广告与网络媒体

## 第一节 广告收视率、千人成本与净达到率

第二节 反响频率函数、有效频数及媒体比重占有率

第三节 网络与多媒体广告效果及其计量方法

教学目标及要求：

- 1、学习和理解从广告印象到目标对象收视率的基本计量内容和计算方法
- 2、学习和掌握千人成本比率的基本原理和计算方法
- 3、学习和理解反响频率函数、有效频数及媒体比重占有率
- 4、学习和理解网络与多媒体广告效果及其计量方法

教学重点：

广告收视率、千人成本与净达到率；反响频率函数；广告效果及其计量方法

教学难点：

广告收视率、千人成本与净达到率

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	4			
2	第二章 确定计量营销的战略构思	2			
3	第三章 市场份额与品牌	4			
4	第四章 利润、成本控制与营销投资分析	4			
5	第五章 市场销售额与增长率计量	2			
6	第六章 品牌资产与效用估计	2			
7	第七章 顾客盈利能力与顾客终身价值	2			
8	第八章 销售人员和渠道管理	2			
9	第九章 定价策略	4			
10	第十章 促销	2			
11	第十一章 广告与网络媒体	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

考核方式为考试。最终成绩由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。平时成绩由多次作业成绩和考勤成绩组成。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学 A 、市场调查及市场预测

后续课程和教学环节：网络营销

平行开设课程和教学环节：国际市场营销

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

田广. 计量营销学. 机械工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 李德明, 王傲胜. 计量学基础. 同济大学出版社.
2. 吴建安. 市场营销学（第五版）. 高等教育出版社.
3. 张云起. 营销风险管理. 高等教育出版社.
4. 翁智刚. 营销工程. 机械工业出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《营销战略管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing Strategic Management

课程代码: BU252205/ BU252Z29

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 市场营销 市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

本课程是市场营销专业的必修课程,也可作为工商类其他专业的选修课程。本课程旨在通过学习营销战略管理相关的基本概念和原理,使学生了解营销战略管理的内容体系,掌握营销战略管理的基本分析方法和思路。

本课程的基本要求是:使在学生能够了解企业营销战略管理理论的知识;使学生对企业营销战略管理的实际操作有一个系统的认识。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 营销战略管理概述

第一节 营销战略的内涵与特点

第二节 营销战略的重要性

第三节 营销战略的分类

基本要求:了解营销战略的内涵、特点、分类及意义,并在此基础上阐述营销战略的一般理论框架;掌握营销战略的分类。

#### 第二章 营销战略过程

第一节 企业战略的层次

第二节 营销战略过程

第三节 营销战略管理者

基本要求:了解市场营销战略与企业战略、营销策略、战略营销之间的关系,明确市场营销战略的内涵;掌握市场营销战略的一般过程;了解影响营销战略实施的主

要因素、营销战略实施管理者以及理想的营销战略模式；掌握营销战略与企业战略的关系；掌握营销战略与营销策略的关系；营销战略与战略营销的关系。

### 第三章 营销战略要素分析

#### 第一节 企业使命

#### 第二节 企业目标

#### 第三节 经营范围

#### 第四节 资源配置

#### 第五节 竞争优势

#### 第六节 协同作用

基本要求：了解制定市场营销战略的各种基本要素：企业使命、企业目标、经营范围、资源配置、竞争优势、协同作用等方面；了解企业使命和企业愿景的区别和联系；掌握企业目标设定的 SMART 原则；掌握企业使命的描述方法。

### 第四章 营销战略技术分析

#### 第一节 SWOT 分析在营销中的应用

#### 第二节 行业结构分析在营销中的应用

#### 第三节 价值链分析在营销中的应用

#### 第四节 波士顿矩阵在营销中的应用

#### 第五节 其他营销战略分析技术在营销中的应用

基本要求：了解 SWOT 分析、行业结构分析、价值链分析、BCG 矩阵、GE 矩阵以及战略选择矩阵、战略聚类模型等市场营销战略分析技术在营销中的应用；掌握基本营销战略分析技术的思路与方法。

### 第五章 营销战略环境分析

#### 第一节 营销战略的环境分析

#### 第二节 营销战略的竞争者分析

#### 第三节 营销战略的利益相关者分析

基本要求：了解企业营销活动面临的微观环境、宏观环境、竞争者及利益相关者及其可能对企业所造成的影响；掌握战略群体的概念。

### 第六章 营销资源分析

#### 第一节 营销资源概述

#### 第二节 营销资源构成

#### 第三节 营销资源分析

基本要求：了解企业营销资源的内涵；了解平衡记分卡的概念和内涵；掌握企业

资源能力分析的一般框架。

## 第七章 基于目标导向的营销战略选择分析

### 第一节 企业竞争目标战略的基本范式

### 第二节 成本领先导向的营销战略选择

### 第三节 差异化导向的营销战略选择

### 第四节 重点集中导向的营销战略选择

基本要求：了解竞争目标战略的基本范式；了解企业作出战略选择的动因；掌握成本领先导向战略、差异化导向战略、重点集中导向战略的实施条件、实施关键点及存在的风险。

## 第八章 基于营销组合的营销战略选择

### 第一节 基于产品因素的营销战略选择

### 第二节 基于价格因素的营销战略选择

### 第三节 基于渠道因素的营销战略选择

### 第四节 基于促销因素的营销战略选择

基本要求：了解基于 4P 组合的营销战略选择；掌握产品生命周期定价策略的基本内容；掌握促销的拉引与推动策略的基本思想。

## 第九章 基于竞争地位的营销战略选择

### 第一节 市场占有率与竞争地位

### 第二节 市场领导者的营销战略选择

### 第三节 市场挑战者的营销战略选择

### 第四节 市场追随者的营销战略选择

### 第五节 市场补缺者的营销战略选择

### 第六节 基于竞争地位的营销战略前沿：战略联盟

基本要求：了解基于市场占有率的衡量方法；掌握市场领先者、市场跟随者、市场挑战者及市场补缺者所应采取的营销战略；了解战略联盟的概念及应用；基于战略联盟的营销战略选择。

## 第十章 基于市场需求的营销战略选择

### 第一节 市场细分及其战略选择

### 第二节 市场定位及其战略选择

### 第三节 目标市场选择战略

基本要求：了解市场细分、市场定位的战略选择及目标市场选择的方法与策略；掌握目标市场定位的方法。

## 第十一章 基于演化发展的营销战略选择

### 第一节 基于产品生命周期的战略选择

### 第二节 基于增长的战略选择

基本要求：了解基于生命周期的相关战略选择理论与方法；了解基于增长的战略选择理论与方法；掌握产品生命周期理论；掌握战略匹配的概念与内涵。

## 第十二章 营销战略评估

### 第一节 营销战略评估标准

### 第二节 营销战略评估模型

基本要求：了解决策过程中选择标准的作用；了解财务标准和非财务标准的区别；了解战略选择时使用单一标准的局限性；了解战略选择时多重标准的实用性；了解市场营销战略评估的基本方法——模型法；掌握营销绩效评估模型。

## 第十三章 营销战略实施

### 第一节 营销战略实施的影响因素

### 第二节 营销战略实施的原则和模式

### 第三节 营销战略实施的途径

基本要求：了解营销战略实施的内部与外部影响因素、营销战略实施的原则；了解营销战略实施的模式；了解营销战略的实施途径；掌握麦肯锡 7S 模式。

## 第十四章 营销战略控制

### 第一节 营销战略控制含义及方法

### 第二节 年度计划控制

### 第三节 盈利能力控制

### 第四节 营销审计

基本要求：了解什么是营销战略控制；了解营销战略控制的常用方法,包括：年度计划控制、盈利能力控制、战略控制和市场营销审计；掌握战略利润模型的基本内容。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	营销战略管理概述	4			
2	营销战略过程	2			
3	营销战略要素分析	4			
4	营销战略技术分析	6			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
5	营销战略环境分析	4			
6	营销资源分析	2			
7	基于目标导向的营销战略选择分析	4			
8	基于营销组合的营销战略选择	4			
9	基于竞争地位的营销战略选择	4			
10	基于市场需求的营销战略选择	2			
11	基于演化发展的营销战略选择	4			
12	营销战略评估	4			
13	营销战略实施	2			
14	营销战略控制	2			
合计		48			
		48			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

考核方式为考查。最终成绩由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学 A、广告学、营销渠道管理、市场调查及市场预测、国际市场营销、计量营销学

后续课程和教学环节：商务谈判、营销策划

平行开设课程和教学环节：网络营销

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

柳思维. 营销战略管理. 西南财经大学出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 李东红. 营销战略. 首都经济贸易大学出版社.
2. 叶生洪, 涂志军. 营销经典案例解读. 暨南大学出版社.
3. 菲利普·科特勒. 谢德高译. 营销战略全书. 九州出版社.
4. 理查德 M. S. 威尔逊, 方海萍、魏清江译. 战略市场营销管理. 电子工业出版社.

制订人：朱天一

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《营销策划》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing plan

课程代码: BU252206/BU251Z28

课程类别: 一般必修

学时: 48

学分: 3

适用专业: 市场营销、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

教学目标:通过本课程的学习,使学生掌握市场营销策划的基本概念、基本理论、基本技巧与方法,培养学生将营销理论、策划理论和其它理论结合起来,分析问题、解决问题,进行实际营销策划的能力。

基本要求:要求学生掌握市场营销策划的基本理论、方法和技巧;掌握不同专题营销策划案的写作技巧;认识不同行业营销策划行为的差异性。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 营销策划概述

第一节 营销策划的起源和发展

第二节 中国营销策划业的现状

第三节 本课程内容结构

基本要求:要求学生了解营销的起源,策划的分类,营销策划的起源及发展,掌握中国营销策划业的起源、发展与现状,最后学生应了解本课程的特点以及该如何学习本课程。

重点: 营销策划的分类、营销策划的起源及发展、本课程学习意义与方法

难点: 营销策划的分类、营销策划的起源及发展

#### 第二章 营销策划的内涵与流程

第一节 策划与营销策划

第二节 营销策划的原理与流程

第三节 营销策划的认识误区和影响因素

基本要求：要求学生掌握营销策划的特征与营销策划的流程，了解企业和公众对营销策划的认识误区，树立对营销策划正确的认识。

重点：营销策划的特征、营销策划的流程、企业和公众对营销策划的认识误区

难点：营销策划的流程、企业和公众对营销策划的认识误区

### 第三章 营销策划的组织与管理

#### 第一节 营销策划的组织

#### 第二节 营销策划的营销

#### 第三节 营销策划的实施

#### 第四节 营销策划的控制

#### 第五节 营销策划的评估

基本要求：要求学生了解如何对营销策划活动进行组织，掌握营销策划实施中应注意的问题，掌握如何对营销策划进行控制与评估。

重点：营销策划活动组织、营销策划实施中应注意的问题、营销策划控制与评估

难点：营销策划活动组织、营销策划控制与评估

### 第四章 营销策划的创意与方法

#### 第一节 认识营销策划的创意

#### 第二节 创意的一般步骤与方法

#### 第三节 创意思维的技法

#### 第四节 创意思维的培养与开发

基本要求：要求学生了解营销策划创意的定义，掌握创意的一般步骤与方法，掌握创意思维的技法。

重点：整合营销策划的内涵、创意的一般步骤、创意的方法、创意思维的技法

难点：创意的方法、创意思维的技法

### 第五章 整合营销策划

#### 第一节 整合营销策划的内涵与类型

#### 第二节 营销策划书的结构与技巧

#### 第三节 市场营销诊断书的结构与技巧

#### 第四节 营销年度计划书的结构与技巧

基本要求：要求学生了解整合营销策划的内涵和类型，掌握营销策划书的结构与写作技巧，掌握市场营销诊断书的结构与技巧。

重点：整合营销策划的内涵、整合营销策划的类型、营销策划书的结构与写作技巧、市场营销诊断书的结构与技巧

难点：营销策划书的结构与写作技巧、市场营销诊断书的结构与技巧

## 第六章 市场调研策划

第一节 市场调研内容

第二节 市场调研的方法

第三节 市场调研策划的流程

第四节 市场调研报告的结构与技巧

基本要求：要求学生了解市场调研的内容方法和流程，掌握市场调研报告的结构与技巧。

重点：市场调研的内容、市场调研的方法、市场调研策划的流程、市场调研报告的结构与技巧

难点：市场调研的方法、市场调研报告的结构与技巧

## 第七章 营销战略策划

第一节 营销战略策划的步骤

第二节 营销战略的类型与选择

第三节 几种新兴的营销战略及其策划

基本要求：要求学生了解营销战略策划的步骤，掌握营销战略的类型与选择，掌握几种新兴的营销战略的策划方法。

重点：营销战略策划的步骤、营销战略的类型、营销战略的选择、几种新兴的营销战略的策划方法

难点：营销战略的类型、营销战略的选择

## 第八章 品牌策划

第一节 品牌的内涵及其策划内容

第二节 品牌建设策划

第三节 品牌发展策划

基本要求：要求学生了解品牌的内涵及策划内容，掌握品牌建设策划的步骤和方法，掌握品牌发展策划的步骤和方法。

重点：品牌策划内涵、品牌建设策划的步骤和方法、品牌发展策划的步骤和方法

难点：品牌建设策划的方法、品牌发展策划的方法

## 第九章 企业形象策划

第一节 企业形象整体系统的构成

第二节 企业形象识别系统的导入

第三节 企业理念识别系统策划

第四节 企业行为识别系统策划

第五节 企业视觉识别系统策划

基本要求：要求学生企业形象整体系统的构成，掌握企业理念识别系统的策划方法，掌握企业行为识别系统的策划方法，掌握企业视觉识别系统的策划方法。

重点：企业理念识别系统的策划方法、企业行为识别系统的策划方法、企业视觉识别系统的策划方法

难点：企业理念识别系统的策划方法、企业行为识别系统的策划方法

## 第十章 促销策划

### 第一节 促销策划概述

### 第二节 促销策划流程

### 第三节 典型促销策划

基本要求：要求学生了解企业促销策划的定义，掌握企业促销策划的流程，掌握典型促销策划的方法。

重点：企业促销策划的定义、促销策划的流程、几种典型促销策划的方法

难点：促销策划的流程、几种典型促销策划的方法

## 第十一章 广告策划

### 第一节 广告策划概述

### 第二节 广告策划书的内容与编写

### 第三节 广告定位策划

### 第四节 广告创意策划

### 第五节 广告媒体策划

### 第六节 广告时机与排期策划

基本要求：要求学生了解广告策划的定义，掌握广告策划书的内容以及如何进行广告策划书的撰写，掌握广告创意的策划方法与技巧，了解广告时机与排期策划。

重点：广告策划书的撰写、广告创意的策划方法与技巧、广告时机与排期策划

难点：广告策划书的撰写、广告创意的策划方法与技巧

## 第十二章 公共关系策划

### 第一节 公共关系策划概述

### 第二节 公共关系策划的程序

### 第三节 公共关系专题活动策划

### 第四节 危机公关策划

基本要求：要求学生了解公共关系策划的定义，了解公共关系策划的程序，掌握公共关系专题活动策划的方法，掌握危机公关活动策划的程序与原则。

重点：公共关系策划的程序、公共关系专题活动策划的方法、危机公关活动策划的程序与原则

难点：公共关系专题活动策划的方法、危机公关活动策划的程序与原则

### 第十三章 网络营销策划

第一节 网络营销策划概述

第二节 网络营销产品策划

第三节 网络营销价格策划

第四节 网络营销渠道策划

第五节 网络营销促销策划

基本要求：要求学生了解网络营销策划的定义，掌握网络营销产品的策划方法，掌握网络营销价格的策划方法，掌握网络营销渠道策划方法，掌握网络营销促销策划方法。

重点：网络营销产品的策划方法、网络营销价格的策划方法、网络营销渠道策划方法、网络营销促销策划方法

难点：网络营销产品的策划方法、网络营销价格的策划方法

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	营销策划概述	3			
2	营销策划的内涵与流程	3			
3	营销策划的组织与管理	3			
4	营销策划的创意与方法	3			
5	整合营销策划	3			
6	市场调研策划	3			
7	案例讨论 1				3
8	营销战略策划	3			
9	品牌策划	3			
10	企业形象策划	3			
11	促销策划	3			
12	案例讨论 2				3
13	广告策划	3			
14	案例讨论 3				3
15	公共关系策划	3			
16	网络营销策划	3			
合计： 48		39			9
		39			9

### 四、相关说明

#### (一) 考核方式及成绩评定办法

1. 市场营销专业为考查课。

成绩评定方式：通过平时上课表现和期末大作业评定成绩，其中平时占 60%，期末占 40%。

2. 市场营销（专转本）专业为考试课。

成绩评定方式：通过平时上课表现和期末考试评定成绩，其中平时占 30%，期末占 70%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学 管理学 市场调查及市场预测

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

孟韬，毕克贵. 营销策划方法、技巧与文案（第二版）. 机械工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 王方. 市场营销策划. 中国人民大学出版社.
2. 胡其辉. 市场营销策划. 东北财经大学出版社.
3. 杨明刚. 营销策划创意与案例解读. 上海人民出版社.
4. 任锡源. 营销策划. 中国人民大学出版社.

制订人：史晓飞

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《旅游开发与规划》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Development and Planning

课程代码: BU252314

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅游规划是一门统筹安排旅游产业各要素,使旅游资源如何为人类发挥出最佳经济、社会与环境效益的学科。旅游目的地从规划设想开始到开发结束,其指导思想均体现在旅游业发展的纲领性文件——旅游规划之中。本课程的基本要求是通过对旅游规划编制思想、编制类型、编制流程、编制方法等基础理论和技术方法的学习,了解我国旅游规划工作的开展和实施情况,区分各种旅游规划内容的差异和具体作用,了解不同旅游目的地旅游规划的特点和手段,并最终将这些知识运用到各项旅游管理工作中。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

该课程的教学内容分为两大部分:第一部分是基础理论篇,包括旅游规划的基本概念、旅游规划的发展及趋势、旅游规划的理论基础、旅游发展规划的基本内容和编制程序、旅游总体规划及详规的编制等;重点在旅游发展规划的基本内容;第二部分是技术方法篇,包括旅游客源市场的分析与预测、旅游资源的调查与评价、旅游主题形象的策划与塑造、旅游项目设计与产品开发、旅游发展支持与保障体系、旅游规划的实施与管理等。重点是旅游客源市场的分析与预测、旅游资源的调查与评价,难点在于旅游主题形象的策划与塑造,缺少典型的成功案例。

### 第一章 旅游规划概述

基本内容:

第一节 旅游规划的概念

## 第二节 旅游规划的类型

## 第三节 旅游规划的内容结构

## 第四节 旅游规划的编制程序

## 第五节 旅游规划的基本特点

基本要求：了解旅游规划的概念、类型、程序，掌握旅游规划的内容结构和基本特点。难点在于学生能够掌握重点内容。

## 第二章 旅游规划发展的问题与趋势

基本内容：

### 第一节 国外旅游规划发展历程

### 第二节 我国旅游规划发展阶段

### 第三节 我国旅游规划发展的问题

### 第四节 旅游规划的发展趋势

基本要求：了解旅游规划在国内外的发展历程，掌握我国旅游规划发展的问题与趋势。

## 第三章 旅游规划的理论基础

基本内容：

### 第一节 旅游规划的基础理论

### 第二节 旅游规划的新理论

基本要求：了解编制好一项旅游规划所需要掌握的基本理论。

## 第四章 旅游市场调查与分析

基本内容：

### 第一节 旅游市场调查

### 第二节 旅游客源市场细分和定位

### 第三节 旅游客源市场分析

基本要求：了解旅游营销的基本概念，掌握其在旅游规划中的具体应用。

## 第五章 旅游资源调查与评价

基本内容：

### 第一节 旅游资源的定义

### 第二节 旅游资源的分类

### 第三节 旅游资源的评价

基本要求：了解旅游资源的分类体系，掌握旅游规划中旅游资源的评价体系。

## 第六章 旅游地形象塑造与定位

基本内容：

第一节 旅游地形象的概念体系

第二节 旅游地形象的定位与塑造

基本要求：了解旅游地形象的概念体系，掌握旅游地形象定位与设计的基本流程和传播策略。

## 第七章 旅游区功能分区

基本内容：

第一节 旅游区概念与类型

第二节 旅游区功能分区的原则

第三节 旅游区功能分区的主要模式

基本要求：了解旅游区的概念与类型，掌握旅游区功能分区的常见模式。

## 第八章 旅游项目创意与旅游产品谱系

基本内容：

第一节 旅游项目创意

第二节 旅游项目库

第三节 旅游产品谱系

基本要求：了解旅游项目设开发的原则与方法，掌握旅游产品谱系与对应的旅游产品。

## 第九章 旅游规划案例评析

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 旅游规划概述	3			
2	第二章 旅游规划发展的问题与趋势	3			
3	第三章 旅游规划的理论基础	3			
4	第四章 旅游市场调查与分析	4			
5	第五章 旅游资源调查与评价	6			
6	第六章 旅游地形象塑造与定位	4			
7	第七章 旅游区功能分区	6			
8	第八章 旅游项目创意与旅游产品谱系	4			
9	第九章 旅游规划案例评析	2			2
	课程复习、答题、考查				
合计		30			2
		32			2

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考核占总成绩的 40%。平时成绩由出勤率、作业、提问和小组案例分析组成，占总成绩的 60%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游资源系列课程, 财务管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：客源国概况

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

马洪元主编. 旅游规划实用教程. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 吴必虎，俞曦编著. 旅游规划原理. 中国旅游出版社.
2. 唐代剑编著. 旅游规划理论与方法应用. 中国旅游出版社.
3. 马勇，李玺编著. 旅游开发与规划. 高等教育出版社.
4. 保继刚. 旅游区规划与策划案例. 广东旅游出版社.

制订人：李向韬

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《中国旅游文化》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Culture in China

课程代码: BU252315

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

旅游是文化性很强的经济产业,在我国目前国力尚不足够强大、国际市场又竞争激烈的情况下,中国旅游文化的建设就尤其显得重要和必要。旅游文化意义和价值早已并且还在不断地为旅游研究和实践所证明。本课程的设置将有利学生完善知识结构、提高学生的文化素养,更好地为旅游业服务。本课程是旅游管理专业必修的考查课。

### (二) 基本要求

中国旅游文化是高等学校旅游专业的基础课程之一,具有一定的理论性和实践性要求。本课程结合典型的案例帮助学生加深理解和掌握。通过本课程的学习,帮助学生完善知识结构、提高学生的文化素养,更好地学习旅游专业课程。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 中国旅游文化理论

##### 第一节 什么是文化

##### 第二节 什么是旅游文化

##### 第三节 中国旅游文化及其建设

基本要求:通过本章的学习,了解旅游文化的基本知识和框架,对什么是文化,什么是旅游文化,中国旅游文化建设的必要性以及如何建设,都有大概认识,为学好后面的课程打好基础。

#### 第二章 谈“旅”说“游”论“旅游”

### 第一节 谈“旅”

### 第一节 说“游”

### 第三节 论“旅游”

## 第三章 历史语境中的中国旅游文化

### 第二节 中国旅游文化的发展演变

### 第三节 从特定社会经济看中国旅游的发展流变及其特点

基本要求：通过本章的学习，了解历史发展中的中国旅游文化，如中国古代旅游形式及其特点，中国旅游文化的发展演变，学会从特定社会经济看中国旅游的发展流变及其特点。

## 第四章 旅游主体文化——旅游者的文化审视

### 第一节 旅游者的文化审视

### 第二节 中国古代民族旅游性格探析

### 第三节 来华旅游者的文化心理需求

基本要求：通过本章的学习，了解旅游主体文化——旅游者的文化需求，对中国古代民族旅游性格进行探析，并以此为观照研究来华旅游者的文化心理需求，为客源市场的开发奠定理论基础。

## 第五章 中国旅游资源文化的特色及开发

### 第一节 中国旅游资源文化及其特色

第二节 中国旅游资源文化的开发（中国聚落和建筑旅游文化的现状和开发，中国主题公园旅游文化的现状和开发，中国饮食旅游文化的现状和开发，中国旅游商品资源文化的现状和开发，中国旅游文娱文化的现状和开发，中国宗教旅游文化的现状和开发，中国民俗旅游文化的现状和开发）

### 第三节 中国的世界遗产和“非遗”

基本要求：通过本章的学习，了解并尽可能掌握中国旅游资源文化的特色及开发，了解和掌握各类旅游资源，了解中国世界遗产旅游的大致情况，重点掌握遗产旅游这一中国世界遗产地可持续发展的重要课题，为旅游资源开发和旅游产品推介打好基础。

## 第六章 中国旅游介体文化——提升中的中国旅游业文化

基本要求：通过本章的学习，了解作为旅游介体文化的中国旅游业的产业、服务和生活文化，为旅游接待、市场宣传和产品开发奠定基础。

## 第七章 旅游文化的传播和影响

基本要求：通过本章的学习，了解作为旅游介体文化的中国旅游业的产业、服务和生活文化，了解旅游文化的传播和影响，从而为市场宣传和开发奠定基础。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 中国旅游文化理论	4			
2	第二章 谈“旅”说“游”论“旅游”	6			
3	第三章 历史语境中的中国旅游文化	4			
4	第四章 旅游主体文化——旅游者的文化审视	2			
5	第五章 旅游客体文化——中国旅游资源文化的特色及其开发	10			
6	第六章 中国旅游介体文化——提升中的中国旅游业	2			
7	第七章 旅游文化的传播和影响	2			
8	复习、考查	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

总评成绩由平时成绩 60%，期末论文 40% 构成。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论等

后续课程和教学环节：旅游开发与规划、景点景区管理

平行开设课程和教学环节：休闲旅游学、中国古典园林

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

陈来生. 中国旅游文化. 南开大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 谢贵安, 华国良. 旅游文化学. 高等教育出版社.

2. 韦燕生. 中国旅游文化. 旅游教育出版社.

3. 潘宝明. 中国旅游文化. 中国旅游出版社.

制订人：陈来生

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《专业外语》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics English

课程代码: BU252404

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

本课程是对物流专业的学生开设的一门专业英语课。通过该课程的学习,使学生掌握一定量的专业英语词汇,熟悉物流专业英语表达方法,提高英语的读、听、说、译水平。从而在学习专业知识的基础上,加强学生的社会适应能力。学生完成全部课程的学习后应达到以下要求:

基本能掌握常用的物流管理专业词汇;

基本能读懂物流专业相关的外文文献;

有物流相关内容的英译中、中译英的基本技能。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

Unit One INTRODUCTION TO LOGISTICS MANAGEMENT

Part 1 Case study

Part 2 The definition of logistics

Part 3 Components of logistics system

Key points: Definition of Logistics and logistics management; main logistics activities in logistics management.

Difficulties: Relationship between components of logistics system

Unit Two PACKAGING AND MATERIAL HANDLING

Part 1 Case study

Part 2 Packaging

Part 3 Material handling

Key points: Definition of packaging; packaging materials; main activities of materials handling

Difficulties: How packaging and material handling affect logistics management cost

#### Unit Three TRANSPORTATION MANAGEMENT

Part 1 Case study

Part 2 Transportation service choices and their characteristics

Part 3 Transportation modes: single and intermodal service

Key points: Characteristics of different transportation mode; factors important to transportation decision

Difficulties: How to use intermodal service to improve transportation efficiency

#### Unit Four INVENTORY MANAGEMENT

Part 1 Case study

Part 2 Principles for inventory

Part 3 Analysis of inventory-related cost

Key points: Five principles for inventory managing; four main costs of logistics in inventory managing

Difficulties: The relationships between the four types of inventory cost and how to balance them

#### Unit Five WAREHOUSING MANAGEMENT

Part 1 Case study

Part 2 Strategic role of warehousing in logistics

Part 3 Basic warehouse operations

Key points: The definition of warehousing; functions of warehousing in logistics management; four main basic warehousing operations

Difficulties: Warehousing Management System (WMS) implementing

#### Unit Six LOGISTICS FACILITY LOCATION MANAGEMENT

Part 1 Case study

Part 2 Logistics network design analysis

Part 3 Major location determinants

Key points: Changes that lead to a analysis of logistics network design; eight key determinants in location decision

Difficulties: How those eight factors influence location determination

#### Unit Seven LOGISTICS INFORMATION MANAGEMENT

Part 1 Case study

Part 2 Function of logistics information system

Key points: Three major subsystems within logistics information system; three

elements of internal operation of logistics information system

Difficulties: How logistics information system improve logistics management performance

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	UnitOneINTRODUCTIONTOLOGISTICSMANAGEMENT	6	0	0	
2	UnitTwoPACKAGING AND MATERIAL HANDLING	6	0	0	
3	UnitThreeTRANSPORTATIONMANAGEMENT	4	0	0	
4	Unit FourINVENTORY MANAGEMENT	4	0	0	
5	Unit FiveWAREHOUSING MANAGEMENT	4	0	0	
6	UnitSixLOGISTICSFACILITYLOCATIONMANAGEMENT	4	0	0	
7	UnitSevenLOGISTICSINFORMATION MANAGEMENT	4	0	0	
合计		32	0	0	
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

总评成绩由平时成绩和期末考试成绩共同构成。其中平时成绩占比 60%，期末考试成绩占 40%。平时成绩由课堂成绩、出勤表现和作业成绩构成，各占 40%、30% 和 30%。其中课堂成绩通过考查回答问题，朗读文章段落，口头翻译，习题，小测验等打分；作业以书面作业成绩为依据。期末考试采取卷面开卷笔试形式，时间 100 分钟。

平时成绩和期末成绩均以百分计，但总评成绩将换算成五级制。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：大学英语，物流学

后续课程和教学环节：毕业论文

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

王雅璨. 物流英语. 机械工业出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 孙军, 林南南. 物流英语. 清华大学出版社.
2. 牛国崎. 物流英语简易教程. 广东世界图书出版公司.
3. 徐德金, 赵苏. 物流英语. 对外经济贸易大学出版社.
4. 陈丹, 李硕. 物流英语脱口秀. 北京师范大学出版社.

制订人: 陈大艳

审核人: 杨传明

审定人: 余晓红

# 《物流运作管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Production and Operations Analysis

课程代码: BU252410

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

本课程属物流管理专业主要专业必修课之一,是一门以提高库存与生产计划的运行效率,降低运行成本,按质、量、进度要求生产或提供市场所需产品或劳务为目的,对企业库存与生产计划及其过程进行设计、计划、组织和控制的实用性学科。

课程以系统管理为主线,介绍综合生产计划、不确定性需求的库存控制、推式和拉式生产控制系统(MRP 和 JIT)、生产调度和质量管理等。要求学生掌握生产运营管理的基本概念,原理和方法,为将来从事物流管理提供坚实的知识基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

Chapter 1 Introduction

Chapter 2 Aggregated Production Planning

2.1 Aggregate Units of Production

2.2 Overview of the Aggregate Planning Problem

2.3 Costs in Aggregate Planning

2.4 A Prototype Problem

2.5 Solution of Aggregate Planning Problems by Excel

2.6 Summary

Chapter 3 Inventory Control Subject to Uncertain Demand

3.1 The Newsboy Model

3.2 Lot Size-Recorder Point System

3.3 Service Level in (Q,R) System

3.4 Additional Discussion of Periodic-Review Systems (s,S) Policies

- 3.5 Multiproduct Systems
- 3.6 Summary
- Chapter 4 Push and Pull Production Control Systems: MRP and JIT
  - 4.1 The Explosion Calculus
  - 4.2 Alternative Lot-Sizing Schemes
  - 4.3 Incorporating Lot-Sizing Algorithms into the Explosion Calculus
  - 4.4 Lot-Sizing with Capacity Constraints
  - 4.5 Shortcoming of MRP
  - 4.6 JIT Fundamentals
  - 4.7 Summary
- Chapter 5 Operations Scheduling
  - 5.1 Production Scheduling and the Hierarchy of Production Decisions
  - 5.2 Important Characteristics of Job Shop Scheduling Problems
  - 5.3 Job Shop Scheduling Terminology
  - 5.4 A Comparison of Specific Sequencing Rules
  - 5.5 Objectives in Job Shop Management: An Example
  - 5.6 Summary
- Chapter 6 Quality and Assurance
  - 6.1 Statistical Basis of Control Charts
  - 6.2 Control Charts for Variables: The X-bar and R Charts
  - 6.3 Control Charts for Attributes: The p Charts
  - 6.4 The c Charts
  - 6.5 Summary

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	Chapter 1 Introduction	2			
2	Chapter 2 Aggregated Production Planning	6		4	
3	Chapter 3 Inventory Control Subject to Uncertain Demand	6		4	
4	Chapter 4 Push and Pull Production Control Systems: MRP and JIT	6		4	
5	Chapter 5 Operations Scheduling	6		4	
6	Chapter 6 Quality and Assurance	4			
7	Sum up	2			
合计		32		16	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	Linear Programming-Using the Excel Solver	2		
2	Assignment 1- PART A	2		
3	Assignment 1- PART B	2		
4	Assignment 1- PART B	2		
5	Assignment 2- PART A	2		
6	Assignment 2- PART A	2		
7	Assignment 2- PART B	2		
8	Assignment 2- PART B	2		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学，概率论与数理统计，应用统计，运筹学

后续课程和教学环节：企业资源计划、物流系统分析与设计

平行开设课程和教学环节：物流工程

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

Steven Nahmias. 成晔 改编.生产与运作分析(Production and Operations Analysis)(第六版).清华大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1.Edward A. Siliver, David F. Pyke, Rein Peterson Inventory Management and Production Planning and Scheduling (Thrid Edition).JOHN WILEY & SONS.

2.Jay Heizer, Barry Render, 陈荣秋改编, Operations Management (Eighth Edition), 中国人民大学出版社.

3. William J. Stevenson 著, 马风才译注, Operations Management(英文版, 第 11 版), 机械工业出版社.

4. F. Robert Jacobs, Richard B. Chase, 任建标译注, Operations and Supply Chain Management(英文第 13 版), 机械工业出版社.

制订人: 范克危

审核人: 徐国泉

审定人: 余晓红

# 《国际货运代理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名：International Freight Agent

课程代码：BU252411

课程类别：一般必修

学时：32

学分：2

适用专业：物流管理、物流管理（国际）

## 二、教学目标与要求

### （一）教学目标

国际货运代理是物流管理专业的一般必修课。它把基础课的理论知识和国际货运代理的实践联系起来，把理论应用于解决实际问题。该门课程将以培养学生分析问题、解决问题的能力为目的。学生通过本课程的学习，对国际货运代理实务运作有比较全面的认识，具有能够处理国际货运代理实际问题的能力。

### （二）国际货运代理课程的基本要求：

1. 掌握国际货运代理的基本理论
2. 熟练掌握国际货运代理的操作实务流程
3. 了解国际货运代理法律法规
4. 运用所学知识，分析专业领域的实际问题

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 国际货运代理概述

第一节 国际货运代理的性质和作用

第二节 国际货运代理的基础知识

第三节 国际货运代理的责任

重点：掌握国际货运代理的涵义、作用、类型及业务范围，理解国际货运代理的基本概念。

#### 第二章 国际货运代理与贸易地理

### 第一节 地理环境与国际贸易

### 第二节 世界贸易市场的分布

重点：掌握重要的国际贸易地理位置和海运航线。

难点：理解国际贸易市场的分布和形成原因。

## 第三章 集装箱运输业务

### 第一节 集装箱货物运输方式

### 第二节 集装箱货物交接

### 第三节 集装箱单证

重点：熟悉国际标准集装箱的技术规范和集装箱的类型、标志。

难点：理解集装箱运输的优势和发展趋势以及货物装箱的一般方法。

## 第四章 班轮运输业务流程

### 第一节 班轮运输程序

### 第二节 集装箱班轮货运流程

### 第三节 班轮运价与运费

重点：了解班轮运输的概念；熟悉班轮运输货运程序及单证流程和班轮运费的计算标准与方法。

难点：掌握集装箱整箱货、拼箱货班轮出口货运程序及有关单证的使用。

## 第五章 海运提单

### 第一节 提单概述

### 第二节 提单的内容

### 第三节 提单的作用及签发

重点：理解提单定义、性质、主要内容。

难点：掌握提单的缮制方法。

## 第六章 租船运输业务

### 第一节 租船程序

### 第二节 租船货运合同的主要条款

重点：了解租船货运经营方式，掌握滞期费和速遣费的计算。

难点：初步掌握各类租船合同的基本内容以及合同洽谈与履行的基本程序。

## 第七章 国际航空货物运输

### 第一节 航空货运流程

### 第二节 航空运费

### 第三节 航空运单

重点：了解国际航空货运方式的种类与特点，掌握航空运费的计算方法。

难点：理解航空运输的货运流程和单证使用。

## 第八章 陆运货物代理操作实务

### 第一节 国际铁路运输业务

### 第二节 国际公路运输业务

重点：掌握国际铁路和国际公路运输的货运单证、运杂费的构成。

难点：理解铁路整车、零担和集装箱货运代理业务的运作流程。

## 第九章 国际多式联运概述

### 第一节 国际多式联运含义与特征

### 第二节 国际多式联运合用与单证业务

重点：理解国际多式联运的涵义、特点、种类；国际多式联运经营人的涵义、特征及其应具备的条件

难点：掌握国际多式联运业务流程和单证使用。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 国际货运代理概述	2			
2	第二章 国际货运代理与贸易地理	2			
3	第三章 集装箱运输业务	2			
4	第四章 班轮运输业务流程	2		3	
5	第五章 海运提单	4		3	
6	第六章 租船运输业务	2		3	
7	第七章 国际航空货物运输	2		3	
8	第八章 陆运货物代理操作实务	2			
9	第九章 国际多式联运概述	2			
合计		20		12	
		32			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	堆场管理业务流程操作	3		
2	货代管理业务流程操作	3		
3	船代管理业务流程操作	3		
4	航空管理业务流程操作	3		

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式为笔试开卷。平时成绩以课堂出勤、回答问题和上机作业为考核依据，占期末成绩 60%；期末成绩以笔试试卷成绩为考试依据，占期末成绩 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：国际贸易理论与实务、国际物流

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：供应链管理、系统工程

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

陈金山. 国际货运代理. 科学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 符海菁. 国际货运代理实务. 对外经济贸易大学出版社.
2. 刘小卉. 国际货运代理. 上海财经大学出版社.
3. 陈晔. 国际货运代理实务. 北京大学出版社.

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《系统工程》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Systems Engineering

课程代码: BU252412

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

本课程为物流管理专业的专业基础课。本课程主要介绍系统工程分析解决问题的基本概念、基本原理和基本方法, 主要内容包括系统建模、系统分析、系统预测、系统评价、系统决策与系统网络计划等系统工程方法。通过本课程的教学, 使学生掌握系统工程方法论, 用系统的观点分析问题, 并且掌握初步具有运用分析解决实际问题的能力, 为学生后续的学习、实践及今后的工作与发展打下良好基础。

### (二) 本课程的基本要求

1. 掌握系统工程方法论, 用系统的观点分析问题;
2. 掌握系统工程分析解决问题的基本概念、基本原理和基本方法;
3. 具有运用系统建模、系统分析、系统预测、系统评价、系统决策与系统网络计划等系统工程方法分析解决实际问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

教学目的与要求: 掌握系统工程的基本概念、基本原理、基本方法。

#### 第一章 绪论

第一节 系统与系统工程

第二节 系统工程发展概况

第三节 学习系统的意义

第四节 系统工程方法论

基本要求：掌握系统与系统的概念以及它们的特点，了解系统的分类、系统工程的发展过程与趋势、了解系统科学体系。

## 第二章 系统工程方法论

第一节 以兰德公司为代表的系统分析方法论

第二节 以 Hall 为代表的硬系统工程方法论

第三节 以 Checkland 为代表的软系统工程方法论

第四节 以钱学森为代表的从定性到定量的综合集成方法论

基本要求：掌握霍尔和切克兰德的系统工程方法论、掌握霍尔三维结构的概念及其原理。

## 第三章 系统模型与模型化

第一节 系统模型与模型化概述

第二节 系统结构模型化技术

第三节 主成分分析及聚类分析

第四节 常用的几类经济数学模型

基本要求：掌握系统模型的概念、掌握系统模型分类、掌握先行集、可达集以及系统划分的相关概念，重点掌握解析结构模型的建模方法。

## 第四章 系统仿真及系统动力学

第一节 系统仿真概述

第二节 系统动力学结构模型化原理

第三节 基本反馈回路的 DYNAMO 仿真分析

第四节 Vensim\_PLE 仿真软件使用简介

基本要求：了解系统仿真的概念，理解系统动力学结构化原理，掌握基本反馈回路的 DYNAMO 仿真分析方法，学会 Vensim\_PLE 仿真软件的使用。

## 第五章 系统评价方法

第一节 系统评价原理

第二节 关联矩阵法

第三节 层次分析法

第四节 模糊综合评价法

基本要求：掌握关联矩阵法的基本原理，了解层次分析法的基本原理，熟练掌握层次分析法的建模分析步骤以及计算方法，了解模糊综合评价法的应用。

## 第六章 系统决策

第一节 系统决策概述

## 第二节 决策表法

## 第三节 决策矩阵法

## 第四节 决策树法

## 第五节 贝叶斯决策

基本要求：掌握系统决策概念以及决策问题分类、掌握完全不确定型决策、风险型决策方法，了解贝叶斯决策以及系统决策分析的几个问题。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	绪论	3			
2	系统工程方法论	3		3	
3	系统模型与模型化	9		6	
4	系统仿真及系统动力学	6		3	
5	系统评价方法	6		3	
6	系统决策	3			
10	总复习	3			
合计		33		15	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	系统创新思维辅助工具 Mindmanager 应用	3		
2	SPSS 软件在主成分分析中的应用	3		
3	SPSS 软件在聚类分析中的应用	3		
4	Vensim 仿真软件	3		
5	AHP 分析软件 YaAHP 的使用使用	3		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属于考查课,考核方式采用笔试方式。平时成绩占 60%,期末成绩占 40%。

## (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节: 线性代数、概率论与数理统计、应用统计、运筹学

后续课程和教学环节: 物流系统分析

平行开设课程和教学环节: 无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

汪应洛. 系统工程. 机械工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 汪应洛. 系统工程原理方法与应用. 高等教育出版社.
2. 王众托. 系统工程引论. 电子工业出版社.
3. 陈宏民. 系统工程导论. 高等教育出版社.
4. 钟契夫, 陈锡康. 投入产出分析. 中国财政出版社.

制订人: 徐国泉

审核人: 杨传明

审定人: 余晓红

# 《货物学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Cargo Science

课程代码: BU252414

课程类别: 一般必修

学时: 32

学分: 2

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

货物学是物流管理专业的专业基础课,通过本课程的学习,使学生掌握各种货物的物理、化学性能,揭示货物质量变化的科学规律,制订货物物流过程中的安全防护措施,以保证货物数量完整、质量完好,提高企业的经济效益。

### (二) 完成本课程学习后,学生应达到以下要求

- 1、掌握商品的分类及货物大类的特性
- 2、掌握货物质量标准与质量管理方法
- 3、掌握供应商管理标准与方法
- 4、掌握货物包装方法及货物储存和养护等内容

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 货物(商品)的分类

第一节 货物分类的概念、意义和原则

第二节 货物的分类

第三节 货物目录和货物编码

基本要求:通过学习,理解货物分类的概念、意义和原则;掌握货物的分类及内容;掌握货物目录的概念及主要货物目录;了解货物标准分类代码、常用编码方法。

#### 第二章 货物大类的特性

第一节 货物的基本性质

## 第二节 主要件杂货物

## 第三节 特殊货物的特征

## 第四节 危险货物的特性

基本要求：了解货物是如何分类的，各类货物的特征主要有哪些，每种货物都有什么样的仓储运输特性。

## 第三章 货物质量与质量管理

### 第一节 货物质量的概念及重要意义

### 第二节 决定和影响货物质量的基本因素

### 第三节 货物质量管理

基本要求：理解货物质量的概念，货物质量取决于哪些因素，为保障货物的质量不变，在运输和仓储过程中的注意事项。

## 第四章 货物标准

### 第一节 标准与货物标准的概念

### 第二节 货物标准的构成及内容

### 第三节 货物标准的级别

### 第四节 标准化

基本要求：掌握货物标准的概念，理解为保障货物标准物流过程中的注意事项。

## 第五章 货物检验

### 第一节 概述

### 第二节 货物检验的项目、基本要求及方式

### 第三节 货物质量检验的步骤与方法

基本要求：了解货物检验的概念，每种货物进行检验的方式方法，为检验货物需要什么样的步骤和方法。

## 第六章 货物包装

### 第一节 货物包装及分类

### 第二节 货物包装标准化

### 第三节 货物的运输包装

### 第四节 货物包装标志

### 第五节 货物的积载因素

基本要求：理解货物的包装直接影响到货物质量，为保障货物质量必须保证包装的合适合理，掌握包装分类，运输包装的要求，包装的标志和包装的强度等要求。

## 第七章 物储存与养护

### 第一节 货物储存

## 第二节 温、湿度对货物的影响和温、湿度控制与调节

基本要求：理解温度、湿度对货物的影响，为保障货物在存储过程中质量，如果调节合适的温湿度。

## 第八章 物信息

### 第一节 信息

### 第二节 货物信息的概念与特征

基本要求：理解货物信息的概念，为保障货物质量需如何对信息进行控制。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 货物(商品)的分类	2			
2	第二章 货物大类的特性	8			
3	第三章 货物质量与质量管理	4			
4	第四章 货物标准	4			
5	第五章 货物检验	3			
6	第六章 货物包装	3			
7	第七章 货物储存与养护	3			
8	第八章 货物信息	3			
9	课程复习总结	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程是属于专业基础考查课，考核方式为调查报告。

成绩评定方式：平时占 60%，期末占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：物流设施与设备、仓储管理、运输与配送管理

平行开设课程和教学环节：物流学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

朱强主编. 货物学. 机械工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 于军主编. 货物学. 化学工业出版社.
2. 刘北林, 霍红主编. 货物学. 中国人民大学出版社.
3. 孙守成, 陶红英主编. 货物学. 武汉大学出版社.

制订人：黄文军

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《物流法规》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics Regulations

课程代码: BU252415

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

本课程为物流专业本科学生的专业基础课。物流法律法规知识是学生从事现代物流业务操作活动必备的知识,对常用的法律法规知识的应用是学生必修的技能。其作用是让学生从整体上对现代物流业务所遵循的常用法律法规有基本的认识,具备在物流运输、仓储与配送、国际物流和物流营销等物流专门化业务中依法从业的基本职业能力。通过本课程的学习,使学生能了解物流运作中的基本法律法规,具备查找、解释和运用物流业务相关的法律法规知识,并运用相关法律法规与基本规则、依法参与物流活动的工作能力;对具体的物流业务的合法性、合规性具有判断分析能力;强化法制意识,养成自觉遵守法律法规的意识和习惯。

本课程的教学方法以原理讲授与案例教学相结合。本课程选用既通俗易懂、注重实务,又比较系统地阐述法律原理和法律规范、有利于非法专业的学生学习物流法规的教材。本课程可安排实践教学环节,任课老师可以通过组织学生去法院旁听相关案件的审理,或者组织模拟法庭来增加学生的直观认识,并可以锻炼学生解决实际问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 物流法律法规概述

本章对物流法律法规进行简单介绍。物流法律法规的含义、特点及相关的法律法规框架。在介绍本章内容时,可针对所授专业学生法律基础知识欠缺的情况,补充讲解有关法的概念、法的分类、我国的法律体系、法律关系、法律行为、诉讼时效与代

理等基本知识。

(一)

- 1、法律基础知识
- 2、物流法律法规的含义、特点、作用

(二)

- 1、物流法律关系
- 2、物流法律法规框架

重点：物流法律法规框架。

难点：物流法律关系当事人的权利义务。

## 第二章 物流企业法律法规

本章介绍物流企业的基本概念、特征和分类，对物流企业设立的条件、程序进行了详细地阐述；物流企业的市场准入。本章可训练学生模拟创建一个小型物流公司。

(一)

- 1、物流企业的性质和法律地位
- 2、物流企业设立登记的程序

(二)

- 1、物流企业的设立、变更、终止和清算
- 2、国际货物运输代理企业

重点：物流企业设立登记的程序。

难点：物流企业的市场准入。

## 第三章 货物运输法律法规

本章是对货物运输、运输合同和各种运输方式中法律问题介绍。货物运输和运输合同；各种运输方式下的货物运输法律法规，重点阐述当事人的义务和法律责任。本章可训练学生举证作为承运人的物流企业不承担赔偿责任的免责事项。

(一)

- 1、货物运输概述
- 2、公路货物运输法
- 3、铁路货物运输法

(二)

- 1、水路货物运输法
- 2、航空货物运输法

### (三)

#### 1、多式联运法

#### 2、国际货物联运法

重点：公路、水路、铁路、航空、多式联运等货物运输中的法律关系。

难点：物流企业在进行货物运输时，应履行的义务与责任。

### 第四章 仓储保管法律法规

本章是对仓储实务和仓储合同进行介绍。本单元在对物流企业在仓储活动中的法律地位认识的基础上，重点讲述保管合同的含义、效力和仓储合同的概念、订立和内容，详细阐述仓单的概念、内容。本章可针对学生特点，补充合同订立的一般知识。本章可训练学生模拟签订一份物流仓储合同。

#### 1、物流企业在仓储活动中的法律地位

#### 2、保管合同

#### 3、仓储合同

#### 4、保税货物仓储

重点：仓单的概念、仓单的内容；保管合同的含义、效力；仓储合同的订立、内容、效力；

难点：合同订立的一般程序。

### 第五章 物流包装法律法规

本单元是对物流包装实务以及普通货物、危险货物的包装法律规范进行介绍，同时对国际物流中的包装法律法规也作了简单说明。本章可训练学生对危险货物包装标识的重要性的认识。

#### 1、普通货物包装的法律法规

#### 2、危险货物包装的法律法规

#### 3、国际物流中的包装法律规范

重点：物流包装的基本要求；

难点：国际物流中的包装的特点及其包装所应遵循的基本原则；国际物流中运输包装的标志及包装检疫。

### 第六章 流通加工法律法规

本单元对流通加工承揽合同进行介绍。本章可训练学生模拟签订加工承揽合同。

#### 1、流通加工的含义、类型和作用

#### 2、加工承揽合同的含义、类型和主要内容

#### 3、加工承揽合同的效力

重点：掌握与流通加工相关的法律法规；掌握加工承揽合同的主要内容。

难点：加工承揽合同的订立。

## 第七章 货物搬运与装卸法律法规

本单元对搬运与装卸实务和港口、铁路、公路、集装箱码头搬运装卸作业中的法律法规进行介绍。

(一)

- 1、货物搬运与装卸概述
- 2、港站经营人的法律地位与责任
- 3、港口搬运装卸作业的法律规范

(二)

- 1、集装箱码头搬运装卸作业的法律规范
- 2、铁路、公路搬运装卸作业中的法律规范

重点：搬运与装卸概念、特点、分类；物流企业在搬运装卸作业中的法律地位；港口、铁路、公路、集装箱码头搬运装卸作业中的法律法规。

难点：港口、铁路、公路、集装箱码头搬运装卸作业中的法律关系。

## 第八章 物流配送法律法规

本单元是对物流配送实务和物流配送合同进行介绍。本章可训练学生模拟签订一份配送服务合同。

- 1、物流配送法概述
- 2、物流配送合同
- 3、物流企业在配送活动中的权利义务

重点：物流企业在配送中的法律地位；物流配送合同的含义、类型和内容。

难点：物流企业在配送活动中的法律地位及相应的权利义务。

## 第九章 物流保险法律法规

本单元是对保险合同的基本知识、法律特征进行阐述，并对国际货物运输保险进行简单介绍。

(一)

- 1、保险法律基本知识
- 2、海上货物运输保险法律法规

(二)

- 1、陆上货物运输保险法律法规
- 2、航空货物运输保险法律法规

重点：保险合同的概念及法律特征；保险合同的订立、解除和转让；保险合同条款及主要内容保险合同条款。

难点：海上货物运输保险；陆上货物运输保险；物流中的保险法律法规。

#### 第十章 报关与检验检疫法律法规

本单元是对我国的口岸管理制度、报关与检验检疫的法律法规进行介绍。

1、我国口岸管理制度

2、报关法律法规

3、检验检疫法律法规

重点：我国的口岸管理制度。

难点：报关法律法规和检验检疫法律法规。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 物流法律法规概述（一）	2			
2	第一章 物流法律法规概述（二）	2			
3	第二章 物流企业法律法规（一）	2			
4	第二章 物流企业法律法规（二）	2			
5	第三章 货物运输法律法规（一）	2			
6	第三章 货物运输法律法规（二）	2			
7	第三章 货物运输法律法规（三）	2			
8	第四章 仓储保管法律法规	2			
9	第五章 物流包装法律法规	2			
10	第六章 流通加工法律法规	2			
11	第七章 货物搬运与装卸法律法规（一）	2			
12	第七章 货物搬运与装卸法律法规（二）	2			
13	第八章 物流配送法律法规	2			
14	第九章 物流保险法律法规（一）	2			
15	第九章 物流保险法律法规（二）	2			
16	第十章 报关与检验检疫法律法规	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程采用的期末考核方式为考查。学生的总评成绩由考试成绩与平时成绩组成：平时成绩占 60%，期末考查成绩占 40%。平时成绩包括课堂讨论和问题回答成绩、书面作业成绩以及考勤情况等。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

王峰，郭晓莉. 物流法律法规知识. 北京理工大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 胡美芬. 物流法规教程. 电子工业出版社.
2. 罗佩华，孟建华，王桂霞. 物流法律法规. 清华大学出版社.
3. 王芸. 物流法律法规与实务. 电子工业出版社.
4. 罗闽，叶晓鹰. 物流法规概论. 立信会计出版社出版社.
5. 赵一飞. 多式联运实务与法规. 华东师范大学出版社.
6. 孟琪. 物流法教程. 复旦大学出版社.

制订人：程远凤

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《信托与租赁》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Trust and Leasing

课程代码: BU252502

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

课程任务是介绍信托与租赁这两项金融领域非常重要的业务, 研究信托与租赁的基本含义、作用、特点、业务种类、业务操作程序及业务管理等。

要求学生通过本课程的学习, 对信托与租赁的市场环境有一个清晰的认识; 能较好地掌握信托与租赁的概念, 并据此了解相关的业务。使学生学会熟练运用基本原理, 解决涉及信托与租赁个案的实际问题, 从理论和实务两个层面掌握信托与租赁的基本框架。学会理论联系实际, 培养分析和判断我国信托业和租赁业发展现状和未来趋势的能力, 提高理论运用和分析水平, 养成学生解决实际问题的能力和自觉性。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 信托概述

第一节 信托的概念与本质

第二节 信托的产生与在国外的的发展

第三节 中国信托业的发展

第四节 信托的职能

重点: 信托概念

难点: 信托职能

#### 第二章 信托的种类与特点

第一节 信托的种类

第二节 信托的特点

重点：信托种类

难点：信托特点

### 第三章 信托的构成要素

第一节 信托行为

第二节 信托关系

第三节 其他信托要素

重点：信托关系

难点：信托要素

### 第四章 个人信托业务

第一节 个人信托业务概述

第二节 生前信托

第三节 身后信托

重点：个人信托的种类

难点：个人财产处理信托

### 第五章 法人信托业务

第一节 法人信托业务概述

第二节 证券发行信托

第三节 商务管理信托

第四节 动产信托

第五节 雇员受益信托

重点：公司债信托

难点：动产信托、雇员受益信托

### 第六章 通用信托业务

第一节 通用信托业务概述

第二节 公益信托

第三节 不动产信托

第四节 其他通用信托

重点：通用信托业务

难点：资金信托

### 第七章 投资银行业务

第一节 投资基金

第二节 兼并与收购

### 第三节 其他投资银行业务

重点：投资银行业务类型

难点：兼并与收购

## 第八章 其他信托业务

### 第一节 代理业务

### 第二节 咨询业务

### 第三节 担保业务

重点：代理业务

难点：咨询业务

## 第九章 信托机构的管理

### 第一节 信托机构管理概述

### 第二节 信托机构的组织管理

### 第三节 信托机构的业务管理

### 第四节 信托机构的财务管理

重点：信托管理概念

难点：信托管理业务类型

## 第十章 租赁概述

### 第一节 租赁的概念与特点

### 第二节 租赁的产生与发展

### 第三节 租赁的种类

### 第四节 现代租赁的功能

重点：租赁概念

难点：租赁功能

## 第十一章 租金管理

### 第一节 租金的构成

### 第二节 租金的计算

### 第三节 租金的影响因素

重点：租金计算

难点：租金影响因素

## 第十二章 租赁会计（略）

### 第一节 租赁会计概述

### 第二节 承租人的会计处理

### 第三节 出租人的会计处理

重点：租赁会计概述

难点：会计处理

## 第十三章 租赁机构管理

### 第一节 租赁资金管理

### 第二节 租赁合同管理

### 第三节 租赁风险管理

### 第四节 租赁税收管理

重点：租赁管理

难点：风险管理

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 信托概述	2			
2	第二章 信托的种类与特点	2			
3	第三章 信托的构成要素	4			
4	第四章 个人信托业务	4			
5	第五章 法人信托业务 第六章 通用信托业务	6			
6	第七章 投资银行业务 第八章 其他信托业务	6			
7	第九章 信托机构的管理 第十章 租赁概述	4			
8	第十一章 租金管理 第十三章 租赁机构管理	4			
合计		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末考试成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：西方经济学、证券投资学、高等数学

后续课程和教学环节：金融衍生工具开发、金融风险管理

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

叶伟春. 信托与租赁 (第三版). 上海财经大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 路世敏, 李晓洁主编. 现代租赁. 上海译文出版社.
2. 于研, 郑英豪主编, 信托与投资. 上海译文出版社.
3. 沃伦·巴菲特 (Warren Buffett) 著. 巴菲特从 100 元到 160 亿: 公司投资要义. 中国财政经济出版社.

制订人: 钱燕

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《商业银行经营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Bank Management and Financial Services

课程代码: BU252510

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

《商业银行经营管理》是金融学专业的主干课程之一,具有很强的应用性。本课程系统地阐述了商业银行发展历程、商业银行的职能及其经营方针,详述了商业银行资本管理及其核心理论的发展与演变,全面介绍了当代商业银行的各类业务及其操作程序,包括负债业务、资产业务、传统的中间业务和新兴的表外业务、电子业务、财富管理业务等,以及现代商业银行的经营创新活动,并对商业银行经营发展趋势作了预测和展望。

### (二) 基本要求

通过对本课程的学习,使学生掌握现代商业银行管理理论和方法,把握现代商业银行经营发展的动向和趋势,并能够运用所学专业知 识分析商业银行经营管理中的具体问题。在教学活动中,努力培养学生三个方面的能力:一是通过案例分析,逐步培养学生独立地分析问题与解决问题的能力;二是通过关注热点、难点问题,引导学生收集资料、整理资料,并形成专业性的小论文,以培养学生专业论文的写作能力;三是通过开展讨论课,提高学生的口头表达能力和分析解决问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

##### 第一节 商业银行的起源与发展

##### 第二节 商业银行的功能及其地位

### 第三节 商业银行的组织结构

### 第四节 商业银行制度

### 第五节 商业银行的经营目标

### 第六节 商业银行的经营环境

教学重点：掌握商业银行的组织结构和商业银行的经营目标。

教学难点：掌握商业银行的组织结构和商业银行的经营目标。

## 第二章 商业银行资本

### 第一节 银行资本金的构成

### 第二节 银行资本充足性及其测定

### 第三节 银行的资本管理与对策：分子对策和分母对策

### 第四节 银行并购决策与管理

教学重点：掌握商业银行资本概念及其构成和商业银行资本的功能

教学难点：掌握商业银行资本概念及其构成和商业银行资本的功能

## 第三章 负债业务经营

### 第一节 银行负债的作用和构成

### 第二节 商业银行的存款业务

### 第三节 银行存款的经营管理

### 第四节 短期借款的经营管理

### 第五节 商业银行的长期借款

教学重点：掌握商业银行负债的概念和商业银行的存款业务

教学难点：掌握商业银行负债的概念和商业银行的存款业务

## 第四章 现金资产业务

### 第一节 现金资产的构成和作用

### 第二节 资金头寸的计算与预测

### 第三节 现金资产的管理

教学重点：掌握商业银行现金资产的构成和作用、掌握银行资金头寸的概念和预测的方法

教学难点：掌握商业银行现金资产的构成和作用、掌握银行资金头寸的概念和预测的方法

## 第五章 贷款业务

### 第一节 贷款种类和政策

### 第二节 贷款定价

### 第三节 几种贷款业务的要点

### 第四节 贷款信用风险管理

## 第五节 贷款管理制度

教学重点：掌握商业银行贷款的种类、掌握贷款价格的构成和影响贷款价格的因素、掌握贷款风险控制

教学难点：掌握商业银行贷款的种类、掌握贷款价格的构成和影响贷款价格的因素、掌握贷款风险控制

## 第六章 证券投资业务

### 第一节 银行证券投资的功能和主要类别

### 第二节 银行证券投资的风险和收益

### 第三节 银行证券投资业务

### 第四节 银行证券投资策略

### 第五节 银行证券投资的避税组合

教学重点：掌握商业银行从事证券投资的范围和策略、掌握证券投资的收益与风险的方法

教学难点：掌握商业银行从事证券投资的范围和策略、掌握证券投资的收益与风险的方法

## 第七章 信托与租赁

### 第一节 租赁的基本概念

### 第二节 银行租赁业务的种类

### 第三节 租赁合同与租金

### 第四节 信托业务

教学重点：掌握租赁的基本概念、掌握银行租赁业务的种类

教学难点：掌握租赁的基本概念、掌握银行租赁业务的种类

## 第八章 表外业务

### 第一节 银行表外业务的发展

### 第二节 担保业务

### 第三节 票据发行便利

### 第四节 远期利率协议

### 第五节 互换业务

### 第六节 期货与期权

### 第七节 其他主要的表外业务

### 第八节 表外业务的管理

教学重点：掌握商业银行表外业务发展状况、原因、特点和操作程序

教学难点：掌握商业银行表外业务发展状况、原因、特点和操作程序

## 第九章 其他业务

## 第一节 结算业务

## 第二节 代理业务

## 第三节 咨询顾问业务

教学重点：掌握结算业务内容、掌握代理业务内容

教学难点：掌握结算业务内容、掌握代理业务内容

## 第十章 国际业务

### 第一节 国际业务的经营目标与组织机构

### 第二节 国际业务活动与国际金融市场

### 第三节 国际贸易融资与国际借贷

### 第四节 外汇买卖

### 第五节 离岸金融业务

教学重点：掌握商业银行从事国际业务的具体内容、掌握离岸金融业务与在岸金融业务的区别与联系

教学难点：掌握商业银行从事国际业务的具体内容、掌握离岸金融业务与在岸金融业务的区别与联系

## 第十一章 商业银行资产负债管理策略

### 第一节 资产负债管理理论和策略的发展

### 第二节 资产负债管理在商业银行的运用之一——融资缺口模型及运用

### 第三节 资产负债管理在商业银行的运用之二——持续期缺口模型及运用

教学重点：了解商业银行资产管理思想、负债管理思想和资产负债联合管理思想产生与发展的背景、过程及其目的。掌握商业银行实行资产负债联合管理的方法。

教学难点：了解商业银行资产管理思想、负债管理思想和资产负债联合管理思想产生与发展的背景、过程及其目的。掌握商业银行实行资产负债联合管理的方法。

## 第十二章 商业银行经营风险与内部控制

### 第一节 银行财务报表

### 第二节 商业银行绩效评价

### 第三节 银行经营绩效评价中的风险因素修正

### 第四节 商业银行财务报告

教学重点：掌握商业银行风险的涵义、成因、种类、风险识别和风险预测与内部控制的方法

教学难点：掌握商业银行风险的涵义、成因、种类、风险识别和风险预测与内部控制的方法

## 第十三章 商业银行经营风险与内部控制

### 第一节 商业银行风险

## 第二节 商业银行风险预测

## 第三节 内部控制

## 第四节 银行风险管理

教学重点：掌握商业银行风险预测与控制

教学难点：掌握商业银行风险预测与控制

## 第十四章 商业银行经营发展趋势

### 第一节 商业银行经营理念和策略

### 第二节 商业银行经营信息化

### 第三节 银行再造与现代银行

### 第四节 经营模式的发展

教学重点：掌握商业银行经营理念和策略、掌握经营模式的发展

教学难点：掌握商业银行经营理念和策略、掌握经营模式的发展

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	2			
2	第二章 商业银行资本	2			
3	第三章 负债业务的经营管理	2		2	
4	第四章 现金资产业务	2			
5	第五章 贷款业务	2		2	
6	第六章 银行证券投资业务	2			
7	第七章 租赁和信托	2			
8	第八章 表外业务	2			
9	第九章 其他业务	2			
10	第十章 国际业务	2		2	
11	第十一章 商业银行资产负债管理策略	2			
12	第十二章 商业银行绩效评估	2			
14	第十四章 商业银行经营发展趋势	2			
合计		26		6	
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，平时成绩 40%，考试成绩 60%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、金融学、基础会计

后续课程和教学环节：金融监管学

平行开设课程和教学环节：保险学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

戴国强. 商业银行经营学. 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 史建平, 吴治民. 商业银行业务与经营 (第 2 版). 中国人民大学出版社.
2. 孙桂芳, 唐海燕. 商业银行经营与管理. 立信会计出版社.
3. 庄毓敏. 商业银行业务与经营 (第 3 版). 中国人民大学出版社.
4. 彼得 S. 罗斯 (Peter S. Rose), 西尔维娅 C. 赫金斯 (Sylvia C. Hudgins), 刘园. 商业银行管理 (英文版) (原书第 8 版). 机械工业出版社.

制订人：周荣华

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《国际贸易理论与实务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Theory and Practice of International Trade

课程代码: BU252516

课程类别: 一般必修

学时: 32

学分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程的任务: 培养适应社会主义市场经济发展需要的现代商贸企业高级管理人才, 使其掌握国际贸易领域基本知识、基础理论及实践知识, 并能运用相关理论知识, 分析和把握发展的国际贸易新动态, 强调国际贸易实务操作的规范性和实用性, 与实务中最新的常用相关单据和单证相结合, 更好地了解和熟悉实际操作方法和程序。

本课程基本要求: 掌握国际贸易理论与实务的基本内容, 具备国际贸易实务操作的基本能力, 并将所学知识不断强化; 能够依据实际经济状况的变化进行修正、补充, 进行理论联系实际思考。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际贸易导论

##### 第一节 国际贸易的产生和发展

##### 第二节 国际贸易的基本概念及其分类

重点: 通过本章的学习, 要求掌握国际贸易的基本概念, 如外贸依存度、专门贸易体系等; 当代国际贸易发展的新趋势。

难点: 当代国际贸易发展的新趋势。

#### 第二章 国际贸易理论

##### 第一节 古典国际贸易理论

##### 第二节 自由贸易与保护贸易理论

重点: 通过本章的学习, 要求掌握自由贸易理论与保护贸易理论的几大主要理论,

如比较优势理论、绝对优势理论、中心外围论等，并了解国际贸易理论的最新发展动向。

难点：里昂惕夫之谜的解释。

### 第三章 国际贸易政策和措施

#### 第一节 国际贸易基本政策

#### 第二节 关税措施和非关税壁垒

##### 鼓励出口和出口管制措施

重点：关税的作用与类型，非关税的主要措施与手段及其评价，鼓励出口和出口管制措施及其评价。

难点：世界贸易组织对进口附加税实施的规定。

### 第四章 商品品质、数量和包装

#### 第一节 商品品名和品质

#### 第二节 商品的数量和商品的包装

重点：通过本章的学习，要求掌握品质条款、数量条款和包装条款的基本内容和注意要点。

难点：订立品质条款、数量条款和包装条款在实务中需注意的要点。

### 第五章 国际贸易术语与价格

#### 第一节 价格术语

#### 第二节 商品的价格条款

重点：通过本章的学习，要求熟悉和掌握 FOB、CIF、CFR 三种主要贸易术语，以及贸易实践中价格条款应当注意的问题。

难点：价格术语的运用及其联系与区别。

### 第六章 国际贸易货物运输

#### 第一节 运输方式

#### 第二节 装运条款

#### 第三节 国际运输保险

重点：通过本章的学习，要求掌握主要货物运输方式及优缺点，海上货运单据与海上货运保险种类等。

难点：订立装运条款需注意的要点，货物的运输保险的主要险别。

### 第七章 国际货款结算

#### 第一节 支付工具

#### 第二节 结算方式

重点：通过本章的学习，要求掌握三种基本支付工具和三种国际货款的支付方式，重点掌握信用证结算方式。

难点：跟单托收方式中的承兑交单和付款交单的区别。

## 第八章 国际贸易合同争端预防与解决

### 第一节 商检与索赔

### 第二节 不可抗力与免责

### 第三节 争议、仲裁及仲裁条款

重点：商检、索赔与索赔条款、不可抗力与免责、争议、仲裁及仲裁条款的内涵及注意事项。

难点：不可抗力与仲裁的含义、作用与处理程序。

## 第九章 国际贸易合同的履行

### 第一节 进口合同的履行

### 第二节 出口合同的履行

重点：通过本章的学习，要求重点掌握进出口合同履行步骤以及顺序。

难点：合同以 CIF 术语和信用证支付方式成交的出口合同的主要程序。

## 第十章 国际贸易方式

### 第一节 一般进出口贸易方式

### 第二节 加工贸易方式

重点：通过本章的学习，要求掌握委托、代理、寄售和展卖等主要贸易方式的内容。

难点：一般进出口贸易方式中的商品期货交易含义和运作机制。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 国际贸易导论	3			
2	第二章 国际贸易理论	3			
3	第三章 国际贸易政策和措施	3			
4	第四章 商品品质、数量和包装	3			
5	第五章 国际贸易术语与价格	3			
6	第六章 国际贸易货物运输	3			
7	第七章 国际货款结算	5			
8	第八章 国际贸易合同争端预防与解决	3			
9	第九章 国际贸易合同的履行	3			
10	第十章 国际贸易方式	3			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

课程为考查课，成绩评定方式为：总评成绩由平时平均成绩 60%，期末考试成绩 40%构成。平时平均成绩由出勤情况、书面作业成绩以及课堂表现综合评定，各占平时成绩的 40%、30%、30%。期末考试采用开卷笔试形式。总评成绩最终将以五级制记录。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

王明明主编. 国际贸易理论与实务. 机械工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 赵春明[等]. 编著国际贸易理论与政策案例解析. 北京师范大学出版社.
2. 马静主编. 国际贸易实务. 清华大学出版社.
3. 彭福永编著. 国际贸易实务教程（第 4 版）. 上海财经大学出版社.

制订人：史嵘

审核人：万正晓

审定人：余晓红

# 《金融时间序列分析》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Time Series Analysis

课程代码: BU252517

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

通过本课程的教学, 掌握金融时间序列分析的基本理论和基本方法, 会对金融数据进行处理和分析, 能运用 Eviews 及其他软件进行建模和预测。了解金融时间序列前沿理论: 神经网络, 非线性方法, 使用跳跃扩散方程进行衍生产品的定价, 采用极值理论计算风险值, 带时变相关系数的多元波动率模型, 贝叶斯推断等。

### (二) 教学要求

掌握动态数据预处理的检验方法。熟悉平稳序列; 线性平稳序列和线性滤波; 能建立时间序列的线性平稳模型、自回归模型、滑动平均等模型。掌握 AR(p) 模型、MA(p) 模型和 ARMA(p, q) 模型的参数估计方法, 时间序列的递推预测和 ARMA(p, q) 模型的参数估计方法, 时间序列的递推预测和 ARMA(p, q) 序列的递推预测。金融时间序列数据的基本特征,

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融计量学初步

- 1.1 金融计量学的范畴
- 1.2 金融时间序列数据
- 1.3 金融计量分析中的基本概念
- 1.4 金融计量软件介绍

教学重点: 掌握金融计量学的范畴、金融时间序列数据、金融计量分析中的基本

概念。

教学难点：掌握金融计量分析中的基本概念。

## 第二章 差分方程、滞后运算与动态模型

### 2.1 一阶差分方程

### 2.2 动态乘数与脉冲响应函数

### 2.3 高阶差分方程

### 2.4 滞后算子与滞后运算法

教学重点：掌握一阶差分方程、动态乘数与脉冲响应函数、高阶差分方程、滞后算子与滞后运算法。

教学难点：掌握差分方程基本内容。

## 第三章 平稳 ar 模型

### 3.1 基本概念

### 3.2 一阶自回归模型：ar(1)

### 3.3 二阶自回归模型：ar(2)

### 3.4 户阶自回归模型：ar(p)

教学重点：掌握一阶自回归模型：ar(1)、二阶自回归模型：ar(2)、户阶自回归模型：ar(p)。

教学难点：掌握一阶、二阶自回归模型。

## 第四章 平稳 arma 模型

### 4.1 移动平均过程(ma process)

### 4.2 自回归移动平均过程(arma processes).

### 4.3 部分自相关函数(partial autocorrelations)

### 4.4 样本自相关与部分自相关函数

### 4.5 自相关性检验

### 4.6 arma 模型的实证分析及应用

### 4.7 实例应用：中国 cpi 通货膨胀率的 ar 模型

教学重点：掌握移动平均过程(ma process)、自回归移动平均过程(arma processes)、部分自相关函数(partial autocorrelations)样本自相关与部分自相关函数、自相关性检验、arma 模型的实证分析及应用。

教学难点：掌握自相关性检验及应用。

## 第五章 预测理论与应用

### 5.1 基本概念与预测初步

### 5.2 基于 ma 模型的预测

### 5.3 基于 ar 模型的预测

### 5.4 预测准确性的度量指标

教学重点：掌握基于 ma 模型的预测、基于 ar 模型的预测、预测准确性的度量指标。

教学难点：掌握基于 ar 模型的预测。

## 第六章 非平稳时间序列模型

### 6.1 确定性趋势模型

### 6.2 随机趋势模型

### 6.3 去除趋势的方法

教学重点：掌握确定性趋势模型、随机趋势模型、去除趋势的方法。

教学难点：理解确定性趋势模型、随机趋势模型。

## 第七章 单位根检验法

### 7.1 df 单位根检验法

### 7.2 adf 单位根检验法

### 7.3 其他单位根检验法

### 7.4 各种单位根检验法的应用

教学重点：掌握 df 单位根检验法、adf 单位根检验法、其他单位根检验法、各种单位根检验法的应用。

教学难点：掌握 adf 单位根检验法、其他单位根检验法。

## 第八章 向量自回归(var)模型

### 8.1 var 模型介绍

### 8.2 var 模型的估计与相关检验

### 8.3 格兰杰因果关系

### 8.4 向量自回归(var)模型与脉冲响应分析

### 8.5 var 模型与方差分解

教学重点：掌握 var 模型的估计与相关检验、格兰杰因果关系、向量自回归(var)模型与脉冲响应分析、var 模型与方差分解。

教学难点：理解 var 模型的估计与相关检验、格兰杰因果关系。

## 第九章 结构向量自回归(svar)模型

### 9.1 svar 模型初步

### 9.3 svar 模型的三种类型

### 9.4 svar 模型的估计方法总结

### 9.5 svar 与缩减 var 模型的脉冲响应及方差分解比较

教学重点：掌握 svar 模型初步、svar 模型的三种类型、svar 模型的估计方法总

结、svar 与缩减 var 模型的脉冲响应及方差分解比较。

教学难点：理解 svar 模型的三种类型、svar 模型的估计方法。

## 第十章 协整与误差修正模型

10.1 协整与误差修正模型的基本定义

10.2 engle-granger 协整分析方法

10.3 向量 adf 模型与协整分析

10.4 向量误差修正模型 (vecm)

10.5 确定性趋势与协整分析

10.6 johansen 协整分析方法

10.7 vecm 的估计与统计推断

10.8 johansen 协整分析方法的应用

教学重点：掌握协整与误差修正模型的基本定义、engle-granger 协整分析方法、向量 adf 模型与协整分析、向量误差修正模型 (vecm)、确定性趋势与协整分析、johansen 协整分析方法、vecm 的估计与统计推断、johansen 协整分析方法的应用。

教学难点：理解确定性趋势与协整分析、johansen 协整分析方法。

## 第十一章 garch 模型

11.1 背景介绍

11.2 arch 模型

11.3 garch 模型

11.4 非对称 garch 模型：tgarch 与 eg-krch

11.5 其他 garch 模型

教学重点：掌握 arch 模型、garch 模型、非对称 garch 模型：tgarch 与 eg-krch、其他 garch 模型。

教学难点：掌握 garch 模型，理解其他 garch 族模型。

## 第十二章 非线性金融时间序列模型

12.1 非线性时间序列模型背景介绍

12.2 马尔可夫区制转移模型

12.3 门限模型

12.4 应用

教学重点：掌握非线性时间序列模型背景、马尔可夫区制转移模型、门限模型。

教学难点：理解马尔可夫区制转移模型。

## 第十三章 资产定价模型与估计

13.1 capm 理论回顾

### 13.2 capm 实证检验方法

### 13.3 多因素资产定价模型

### 13.4 capm 应用

教学重点：掌握 capm 理论、capm 实证检验方法、多因素资产定价模型、capm 应用。

教学难点：理解多因素资产定价模型。

## 第十四章 事件研究方法

### 14.1 事件研究概述

### 14.2 收益率估计

### 14.3 统计检验

### 14.4 事件研究方法应用

教学重点：掌握收益率估计和统计检验。

教学难点：掌握事件研究方法的应用。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 金融计量学初步	1			
2	第二章 差分方程、滞后运算与动态模型	1			
3	第三章 平稳 ar 模型	2			
4	第四章 平稳 arma 模型	1		1	
5	第五章 预测理论与应用	2		1	
6	第六章 非平稳时间序列模型	2			
7	第七章 单位根检验法	2			
8	第八章 向量自回归(var)模型	2		1	
9	第九章 结构向量自回归(svar)模型	2		1	
10	第十章 协整与误差修正模型	2		1	
11	第十一章 garch 模型	2		1	
12	第十二章 非线性金融时间序列模型	2		1	
13	第十三章 资产定价模型与估计	2		1	
14	第十四章 事件研究方法	1			
合计		24		8	
		32			

### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	平稳 arma 模型的应用	2		
2	向量自回归(var)模型的应用	2		
3	结构向量自回归(svar)模型的应用	2		
4	garch 模型的应用	2		

#### 四、相关说明

##### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

结课成绩为平时实验总结（占 40%）与期末实验报告（占 60%）相结合。

##### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：概率论与数理统计、计量经济学、证券投资学

后续课程和教学环节： 毕业论文、毕业实习

平行开设课程和教学环节： 固定收益证券

#### 五、教材和主要参考书目

##### （一）教材

张成思. 金融计量学——时间序列分析视角. 中国人民大学出版社.

##### （二）主要参考书目

1. Tsay, Ruey S. Analysis of Financial Time Series. New York: Wiley Series .

2. (美) 蔡瑞胸. 金融时间序列分析. 人民邮电出版社.

制订人：毛东俊

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《期货投资理论与实务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Futures Theories and Practices

课程代码: BU252519

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

主要介绍期货与期权此两项新式金融商品的原理、实务及目前市场的发展方向。学生通过对本门课程的学习,可以了解期货交易基本知识,掌握分析期货的具体方法,从而为熟练进行期货操作打下基础。

### (二) 基本要求:

通过本课程的学习,使学生了解期货的交易流程和交易规则、期货与期权市场的基本结构及其避险功能和交易策略、期货与期权价格的预测与决定、各种金融期货与期权合约的性质等。掌握期货价格分析和预测方法;了解期货交易流程,学会看盘,能够对经济形势、商品供求关系进行科学的分析,能够熟练进行期货交易。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容:

#### 第一章 期货交易概述

第一节 期货交易的产生和发展

第二节 期货交易特征

第三节 期货市场的地位及经济功能

第四节 期货合约

重点: 期货交易的特征和经济功能

难点: 掌握期货合约的十四项内容

#### 第二章 期货市场的组织结构

## 第一节 期货交易所

## 第二节 期货经纪公司

## 第三节 期货结算机构

## 第四节 期货交易者

## 第五节 期货市场其他相关机构

重点：期货交易所的性质和功能

难点：期货结算机构的功能和职责

## 第三章 期货市场的基本制度与交易流程

### 第一节 期货市场的基本制度

### 第二节 期货交易流程

重点：期货交易的流程

难点：期货市场的基本职能，特别是保证金制度的重要性

## 第四章 期货交易业务

### 第一节 套期保值业务

### 第二节 套利业务

### 第三节 期货投机业务

重点：套期保值的定义和操作机理

难点：套期保值、套利和投机之间的联系与区别

## 第五章 期货价格走势分析

### 第一节 基本面分析法

### 第二节 技术分析法的图形方法

### 第三节 技术分析法的指标方法

重点：基本面分析的主要影响要素

难点：技术分析的操作技巧和应用

## 第六章 金融期货

### 第一节 外汇期货

### 第二节 利率期货

### 第三节 股指期货

重点：外汇期货和股指期货的性质和运作机理

难点：外汇互换业务的设计和盈利分析

## 第七章 期权交易基础知识

### 第一节 期权交易概述

第二节 期权交易的基本概念

第三节 期权的分类

第四节 期权合约

第五节 期权交易机制

第六节 期权与期货

第七节 期权的定价

重点：期权合约的内容、期权与期货的区别与联系

难点：期权定价公式：布莱克—斯科尔斯公式

第八章 期权交易策略

第一节 期权的基本交易策略

第二节 期权价差交易策略

第三节 组合期权交易策略

第四节 合成期权交易策略

重点：期权的交易策略

难点：期权交易策略的设计和盈利分析

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 期货交易概述	2			
2	第2章 期货市场的组织结构	4			
3	第3章 期货市场的基本制度与交易流程	2			
4	第4章 期货交易业务	8			
5	第5章 期货价格走势分析	4		6	
6	第6章 金融期货	8			
7	第7章 期权交易基础知识	6			
8	第8章 期权交易策略	8			
合计		36		12	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	期货软件介绍	2		
2	技术分析（套期保值、套利、投机交易）	6		
3	期权投资、组合策略分析	4		

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

采用多媒体教学，课堂讨论与案例分析相结合，并结合上机实验培训实际操作技能。

1、课程考核方法。以闭卷考试为主。

2、课程成绩结构。本课程以百分制形式给出课程考核结果，采用平时考核成绩和期末测试成绩相结合的分数结构，其中平时成绩占总分数 40%，期末测试成绩占总分数 60%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：宏观经济学

后续课程和教学环节：金融衍生工具开发

平行开设课程和教学环节：货币银行学、国际金融

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

罗孝玲. 期货与期权（第二版）. 高等教育出版社.

### （一）主要参考书目

1. 罗孝玲. 期货投资学（第二版）. 经济科学出版社.

2. 李一智. 期货与期权教程（第五版）. 清华大学出版社.

3. 李政丹. 期货交易实务. 中国电力出版社.

4. 洪名勇. 新编期货投资学. 东北财经大学出版社.

制订人：毛东俊

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融法》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Law

课程代码: BU252520

课程类别: 一般必修

学时: 32

学分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程为金融工程专业本科学生的专业基础课。通过对《金融法》课程的学习,使学生能够获得金融组织法,金融业务管理法,票据法,证券法,保险法,互联网金融监管等基本知识,掌握必要的基础理论和应用技巧。从而使学生能够对我国的金融制度有一个较为全面深入的法学认识;能够较为独立地从事金融法规方面的实际操作和研究。

本课程的教学方法以原理讲授与案例教学相结合。通过案例的课堂分析、讨论,使学生进一步加深对金融法基本理论的理解,系统地了解我国金融法的具体规定,在涉及具体事务时能查询并遵循有关法律规定。本课程选用既通俗易懂、注重实务,又比较系统地阐述法律原理和法律规范、有利于非法专业的学生学习金融法的教材。本课程可安排实践教学环节,任课老师可以通过组织学生去法院旁听相关案件的审理,或者组织模拟法庭来增加学生的直观认识,并可以锻炼学生解决实际问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融与金融法

本章介绍了金融的内涵、历史沿革、作用等基本常识。在此基础上,阐释金融法的调整对象、金融法律体系、金融法律渊源、金融法基本原则等内容。

##### 第一节 金融概述

##### 第二节 金融法概述

重点: 金融法的调整对象, 金融法基本原则

难点: 金融和信用的概念

## 第二章 金融监管法

本章在介绍金融经营体制和金融监管体制的两种类型——混业监管和分业监管体制的基础上，重点介绍了金融监管法的主要内容。

### 第一节 金融经营体制与金融监管

### 第二节 金融监管法的主要内容

重点：金融监管的目标、原则、内容

难点：金融监管的原则

## 第三章 中央银行法

中央银行法是用以确立中央银行的组织结构、法律地位、职责与权限，调整其在履行职能过程中所发生的各种社会关系的法律规范的总称。本章主要介绍中央银行的产生与发展、体制与职能、法律地位和金融调控。

### 第一节 中央银行概述

### 第二节 中央银行的金融调控

重点：中央银行的职责和职能，性质与法律地位

难点：中央银行性质与法律地位

## 第四章 商业银行法

本章分析了商业银行的概念、特征、职能、体制以及商业银行法的立法模式。在此基础上，就商业银行的设立、变更、接管与终止条件和程序作了介绍。针对商业银行的特殊行业特征，论述了商业银行的公司治理问题。

### 第一节 商业银行概述

### 第二节 商业银行的设立、变更、终止

### 第三节 商业银行的业务

### 第四节 商业银行的公司治理

重点：商业银行的业务范围与业务规则，商业银行的设立、变更、接管与终止的条件

难点：商业银行的信用中介职能、商业银行的资产负债比例管理制度、商业银行的信贷管理制度的主要内容、商业银行的接管法律制度的主要内容

## 第五章 非银行金融机构法

本章首先对非银行金融机构的概念及种类进行阐述，并就信用合作社的基本制度进行了系统的论述。在金融信托法中，不仅介绍了信托基本法，还重点介绍了信托业的一些业务规则。在金融租赁法中，对于融资租赁的基本制度进行了分析，并就金融租赁公司的业务范围及经营规则进行了重点介绍。

## 第一节 非银行金融机构法概述

## 第二节 信用合作社

## 第三节 金融租赁法

## 第四节 金融信托法

## 第五节 期货法律制度

重点：非银行金融机构概念、特征；信用合作社的特征；财务公司的概念及特征；信托制度的特征、信托的法律关系的形成、信托合同的主要内容；金融租赁的概念及特征；期货法律制度的主要内容。

难点：信托的构成、信托的方式、公益信托与基金信托

## 第六章 信贷法

信贷是商业银行等金融机构的主要业务，对其进行法律规范是非常重要的。信贷业务具体表现为存款业务、贷款业务、同业拆借业务等，因而，本章的主要内容包含了存款法、贷款法、同业拆借法。存款法重点介绍了存款合同、存款管理、存款人合法权益的法律保护，贷款法重点介绍了贷款的概念与分类、借款合同、贷款风险防范，同业拆借法在介绍基本概念的同时，对同业借款的法律要求进行介绍。

### 第一节 存款法

### 第二节 贷款法

### 第三节 同业拆借法

重点：存款和贷款的相关业务规则，以及对具体案件的分析；我国现行的以票据结算为主的新的银行结算制度。

难点：存款和贷款的相关业务规则，以及对具体案件的分析

## 第七章 支付结算法

结算作为交易双方了结彼此间债权债务的方式，包括支付结算与现金结算两种形式，其中支付结算是最重要的。支付结算具体是指单位、个人在社会经济活动中使用票据、信用卡、汇兑、托收承付和委托收款等结算方式进行货币给付及其资金清算的行为。由此分为票据结算方式和非票据结算方式两种。本章主要介绍了汇兑、委托收款、托收承付、银行卡、国内信用证等非票据结算方式以及支付结算基础之银行账户管理法等内容。

### 第一节 支付结算法概述

### 第二节 银行账户

### 第三节 非票据结算（国内信用证以外的非票据结算）

### 第四节 国内信用证结算

重点：支付结算的分类与原则；中国支付结算管理体制的特点；银行账户类型与开立原则；汇兑、委托收款与托收承付的异同；信用卡与借记卡的概念；信用证的分类、信用证结算的当事人及法律关系。

难点：信用证结算的当事人及法律关系

## 第八章 票据法

本章系统介绍了票据与票据法、票据行为与票据权利、票据抗辩与失票救济、汇票、本票与支票等法律制度。

第一节 票据与票据法

第二节 票据行为与票据权利

第三节 票据抗辩与救济

第四节 汇票

第五节 本票与支票

重点：票据的概念和特征、票据权利的主要内容及票据权利取得的方法、票据抗辩法律制度的主要内容、票据转让法律制度的主要内容、汇票法律制度的主要内容

难点：票据法律关系、票据行为、票据的伪造与变造

## 第九章 外汇管理法

本章首先介绍了外汇、汇率、经常项目、资本项目、外汇管理等基本概念。在此基础上，重点介绍了我国现行的外汇管理法律制度与外债管理法律制度。

第一节 外汇管理概述

第二节 外汇管理法

第三节 外债管理法

重点：我国的外汇管理制度的基本内容、我国外汇管理法中的资本项目、涉外担保的概念，担保资格

难点：我国的外汇管理制度的内容有哪些、经常项目的外汇收支制度。国家对涉外担保的审批和管理

## 第十章 证券法

系统阐述证券与证券法、证券发行与证券承销、证券上市与证券交易、上市公司收购、证券公司经营、证券监管以及证券投资基金法等法律制度。

第一节 证券法概述

第二节 证券的发行、上市与交易

第三节 证券的经营与监管

第四节 投资基金法

重点：证券与证券市场的功能、证券发行的条件和程序、证券交易的条件与程序、上市公司的条件法律分析、证券交易欺诈及其法律责任

难点：证券及其法律特征、证券发行和交易的原则、公司债券发行和上市交易的条件、上市公司收购法律制度的主要内容

## 第十一章 保险法

保险是现代金融的重要方面，对社会经济生活的稳定具有重要意义。本章主要介绍保险的概念和分类，保险法的概念、特点、体系和历史沿革；保险合同的一般理论，财产保险合同、人身保险合同的观念和具体类型；保险机构组织的形式，保险经营规则以及保险业监督管理的主要制度。

### 第一节 保险法概述

### 第二节 保险合同法

### 第三节 保险业法

重点：保险的概念与特征，保险法的概念、内容和原则，保险合同的主要内容，无效保险合同，索赔与理赔，保险欺诈及其法律责任，财产保险的基本内容，人身保险法律制度等基本内容。

难点：对财产保险和人身保险进行区分和比较，归纳出相同点和不同点，无效保险合同，保险欺诈及其法律责任。

## 第十二章 互联网金融相关问题

互联网金融是指以依托于支付、云计算、社交网络以及搜索引擎等互联网工具，实现资金融通、支付和信息中介等业务的一种新兴金融。互联网金融是传统金融行业与互联网精神相结合的新兴领域。本章内容结合我国互联网金融迅猛发展的新形势以及存在的各种争议，对互联网金融的概念、特征、格局、现状、模式和监管政策进行介绍。

### 第一节 互联网金融的概念与特征

### 第二节 互联网金融的格局与现状

### 第三节 互联网金融的模式

### 第四节 我国互联网金融的现行监管政策

重点：我国互联网金融的监管政策。

难点：互联网金融的模式及创新。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 金融与金融法	2			
2	第二章 金融监管法	2			
3	第三章 中央银行法	2			
4	第四章 商业银行法	4			
5	第五章 非银行金融机构法	2			
6	第六章 信贷法	4			
7	第七章 支付结算法	4			
8	第八章 票据法	2			
9	第九章 外汇管理法	2			
10	第十章 证券法	2			
11	第十一章 保险法	2			
12	第十二章 互联网金融相关问题	2			
13	金融案件综合案例分析				2
合计		30			2
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程采用的期末考核方式为考查。学生的总评成绩由考试成绩与平时成绩组成：平时成绩占 60%，期末考查成绩占 40%。平时成绩包括课堂讨论和问题回答成绩、书面作业成绩以及考勤情况等。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：货币银行学、商法

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

朱崇实. 金融法教程. 法律出版社, 2011

## (二) 主要参考书目

1. 何立慧. 金融法. 经济科学出版社.
2. 岳彩申, 盛学军. 金融法学. 中国人民大学出版社.
3. 强力, 王志诚. 中国金融法. 中国政法大学出版社.
4. 唐波. 新编金融法学. 北京大学出版社.
5. 殷少平, 何勤. 财政金融法典型案例. 中国人民大学出版社.

制订人：程远凤

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《基金投资与管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Fund Investment and Management

课程代码: BU252521

课程类别: 一般必修课

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程是金融工程专业的一般必修课。通过该课程的学习,使学生了解和掌握投资基金的概念、种类、管理运作原理以及有关投资基金实务的基本知识,帮助学生掌握在众多基金品种中选择具有投资价值品种的方法,并使其对基金产品的创新设计、运作中的定量问题形成一定的研究能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 投资基金概述

第一节 投资基金的概念

第二节 投资基金的特点

第三节 投资基金的发展历程

第四节 我国投资基金业的发展状况

重点: 投资基金的概念、特征,我国投资基金的发展历程和现状;

难点: 投资基金的概念和特征。

#### 第二章 基金的基本分类

第一节 合同型基金与公司型基金

第二节 开放式基金与封闭式基金

第三节 股票基金、债券基金和混合型基金

第四节 货币市场基金

第五节 成长型基金、收入型基金、平衡型基金和价值型基金

第六节 国内基金、国际基金、离岸基金和海外基金

第七节 公募基金与私募基金

重点：投资基金的基本分类；

难点：投资基金的基本分类。

### 第三章 基金特殊品种

第一节 指数基金

第二节 交易型开放式指数基金（EIT）

第三节 伞型结构基金

第四节 保本基金

第五节 生命周期基金

第六节 量化投资基金

第七节 社会责任基金和公司治理基金

第八节 境内募集海外投资基金——QDII 基金

第九节 基金的基金

重点：基金特殊品种的概念、特征；

难点：基金特殊品种的概念、特征。

### 第四章 投资基金的运作

第一节 基金的设立与募集

第二节 基金的上市交易

第三节 基金的申购与赎回

第四节 基金的变更、终止和清算

重点：基金的设立、上市交易，基金的申购与赎回，基金的终止；

难点：基金份额净值及交易价格的确定，创新性基金营销，封闭式基金转开放式基金的模式及影响。

### 第五章 投资基金的运作管理

第一节 基金的投资管理

第二节 基金的信息披露

第三节 基金运作中的风险及其管理

重点：基金的投资管理与风险管理；

难点：基金的投资策略与资产配置，基金运作中的投资风险、流动性风险、管理风险及其防范。

### 第六章 投资基金的收益、费用、税收及收益分配

第一节 基金的收益

第二节 基金的费用

第三节 基金的税收

第四节 基金的收益分配

重点：基金的收益和税收；

难点：基金的收益来源、费用种类及收益分配方式。

## 第七章 投资基金选择

第一节 投资者的自我评估

第二节 基金的信息分析

第三节 基金的业绩分析

第四节 基金的风险分析

第五节 投资者如何选择基金

重点：投资基金的信息分析、业绩分析与风险分析；

难点：基金的业绩分析和风险分析。

## 第八章 投资基金业监管

第一节 投资基金业监管概述

第二节 我国投资基金业的监管

重点：投资基金的监管；

难点：投资基金的监管现状与展望。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 投资基金概述	4		2	
2	第二章 基金的基本分类	6			
3	第三章 基金特殊品种	6			
4	第四章 投资基金的运作管理	4			
5	第五章 投资基金的收益、费用、税收及收益分配	6			
6	第六章 投资基金选择	4			
7	第七章 我国投资基金业的监管	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。平时成绩占 60%，期末考试成绩占 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、金融数学、证券投资学、投资银行学、金融工程学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：网络金融、房地产金融

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

李曜，游搁嘉. 证券投资基金学（第四版）. 清华大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 中国证券投资基金业协会. 证券投资基金上下册. 高等教育出版社.
2. 王鲁志. 证券投资基金实务教程. 复旦大学出版社.
3. 何孝星. 证券投资基金管理学. 东北财经大学出版社.

制订人：钱燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《会计学原理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Principles of Accounting

课程代码: BU252901

课程类别: 一般必修课

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工程管理

## 二、教学目标与要求

本课程是一门专业基础课,是学习其他经济管理类课程的必备知识。本课程的教学任务是为初学者掌握会计的基本理论、基本方法和基本操作技术。

通过对本课程的学习,要求学生基本掌握会计学基本知识、会计工作规范、一般工业企业所发生的经济业务、同时如何按规定程序对会计要素的增减变化予以连续系统完全的帐务处理。如何形成财务报表,提供会计信息。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 总论

第一节 会计概述

第二节 会计对象

第三节 会计核算方法

第四节 会计法规

第五节 会计工作组织

基本要求:通过本章的学习,可以使学生掌握会计和会计学的基本概念,会计的涵义、内容、职能与目标、会计方法与技术、会计学及其分支等内容。

#### 第二章 会计科目、会计账户和复式记账

第一节 资金平衡原理

第二节 会计科目

第三节 会计账户

#### 第四节 复式记账

基本要求：通过本章的学习，可以使学生掌握会计要素的涵义、内容，以及会计等式的涵义、经济业务对会计等式的影响、会计科目的设置，复式记账原理以及借贷记账法的基本要点，总分类账户与明细分类账户的平行登记。

### 第三章 制造企业经济业务的核算

#### 第一节 资金进入企业的核算

#### 第二节 供应过程的核算

#### 第三节 生产过程的核算

#### 第四节 销售过程的核算

#### 第五节 利润的核算

#### 第六节 资金退出企业的核算

基本要求：掌握借贷记账法试算平衡、平行登记。学生可以掌握制造业企业有关经济业务的核算方法。

### 第四章 会计凭证

#### 第一节 会计凭证概述

#### 第二节 原始凭证

#### 第三节 记账凭证

#### 第四节 会计凭证的传递和保管

基本要求：学生可以掌握会计凭证的作用和种类，原始凭证和记账凭证的含义与作用，会计凭证的传递和保管。

### 第五章 会计账簿

#### 第一节 会计账簿概述

#### 第二节 总分类账簿

#### 第三节 记账规则及错账更正

基本要求：通过本章学习，学生可以掌握会计账簿的分类，各种账簿的作用以及记账规则。

### 第六章 财产清查

#### 第一节 财产清查的意义和种类

#### 第二节 财产清查的方法

#### 第三节 财产清查结果的处理

基本要求：通过本章的学习，要求学生掌握财产清查的意义、内容、方法以及清查结果的处理

## 第七章 财务报告

第一节 财务会计报告概述

第二节 资产负债表

第三节 利润表和所有者权益变动表

第四节 现金流量表

第五节 企业会计报表附注的内容和格式

基本要求：通过本章的学习，学生可以掌握会计报表的意义、种类以及各种报表的编制要求和报表分析。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 总论	3			
2	第二章 会计科目、会计账户和复式记账	6			
3	第三章 制造业的经济业务核算	12			
5	第五章 会计凭证	3			
6	第六章 会计账簿	3			
7	第七章 财产清查	2			
8	第八章 财务报告	3			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，平时成绩为 60%，期末成绩 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

李海波. 会计学原理. 立信会计出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 企业会计准则编审委员会. 企业会计准则案例讲解. 立信会计出版社.
2. 怀尔德. 会计学原理. 中国人民大学出版社.
3. 亨格瑞. 会计学. 中国人民大学出版社.
4. 夏冬林. 会计学. 清华大学出版.

制订人： 李雪冬

审核人： 韩云

审定人： 余晓红

# 《前厅与客房管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Front Office And Housekeeping Department Management

课程代码: BU261301

课程类别: 方向限选

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生全面了解酒店前厅部与客房部的重要性及其在酒店管理中的作用,能够了解并熟悉前厅与客房管理的运作过程,比如预订服务、接待服务、礼宾服务、商务中心与总机服务以及客房服务等,同时掌握宾客投诉、安全管理以及客房设备与用品管理等方面的相关知识。本课程实践性较强,因此,要求能够理论联系实际,除了理论课程外,还要掌握客房清扫、日间整理以及做床等基本技能。另外,酒店信息管理系统中有关前厅预订、接待、问询以及收银等方面的上机操作知识也是必须要掌握的内容。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

概述 酒店的前厅部与客房部

回顾有关酒店概论相关内容,从酒店的整体层面认识和了解前厅部与客房部

#### 第一章 前厅部概述

第一节 前厅部的地位与功能

第二节 前厅部的组织结构

第三节 前厅部的设计与布局

了解前厅部的地位和作用、设计与布局,掌握前厅部的组织结构及其人员配置,以及前厅部与酒店其他部门之间的关系

#### 第二章 预订业务管理

第一节 预订的方式与种类

## 第二节 预订的程序

了解预订的含义与必要性,掌握预订的方式与种类、预订的基本程序和方法,在此基础上可以对预订程序中遇到的相关问题进行判断和解决

## 第三章 接待与收银业务管理

### 第一节 接待准备工作以及入住接待程序

### 第二节 收银业务管理和前台其他业务

了解前台接待的准备工作,掌握办理入住登记手续的目的,入住接待的具体程序,以及相关离店退房手续的办理和收银服务,并对前台其他业务有所了解

## 第四章 礼宾服务

### 第一节 礼宾部概述、礼宾的相关服务和金钥匙

### 第二节 总机服务内容与方法以及商务服务项目

了解礼宾服务的含义与特点,掌握礼宾服务的工作内容与工作方法以及酒店金钥匙的概况

了解总机服务的重要性、总机话务员的素质要求,掌握提供总机服务的注意事项

了解商务服务的重要性、商务服务的具体内容,掌握提供商务服务的注意事项

## 第五章 前厅宾客关系与信息管理

### 第一节 客史档案管理以及前厅信息业务管理

### 第二节 宾客投诉业务管理

了解客史档案的建立和管理,以及前厅其他信息业务的管理工作,在上述章节理论知识的基础上了解和掌握宾客投诉的原因、处理程序、处理办法等宾客关系业务

## 第六章 客房部概述

### 第一节 客房部的地位与工作特点

### 第二节 客房部的组织结构与岗位职责

### 第三节 客房服务模式的比较

了解客房部的地位与作用,掌握客房部的组织结构与岗位职责及其客房服务的具体模式

## 第七章 客房清洁服务

### 第一节 迎客服务

### 第二节 清扫服务

了解客房服务的基本种类,掌握客房迎客服务、清扫服务的基本程序与注意事项

## 第八章 客房服务质量管理

### 第一节 客房主要服务项目

## 第二节 客房服务主要组织模式及其利弊与客房服务质量管理

了解客房服务的基本项目及其内容，对现有组织模式进行比较，了解客房服务质量管理的主要内容

## 第九章 客房部的安全管理

### 第一节 客房安全管理概述以及主要构成

### 第二节 客房安全管理的对策

了解客房部安全管理的含义与内容，掌握影响客房部安全的主要因素、客房部安全事故的主要类型及其相应的预防与管理对策

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 酒店前厅与客房部概述	2	0		0
2	第二章 前厅部概述	2	0		0
3	第三章 前厅预订服务	4	4		0
4	第四章 前台接待服务与收银服务	4	3		1
5	第五章 礼宾服务（包括礼宾服务、商务中心服务、总	4	3		0
6	第六章 宾客关系管理与投诉处理	4	3		1
7	第七章 客房部概述	3	1		0
8	第八章 客房清扫和服务管理	3	4		0
9	第九章 客房安全管理	2	0		0
合计		28	18		2
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU26130101	预订服务	4	必修	综合	1	掌握预订程序与方法
BU26130102	接待服务	3	必修	综合	1	掌握接待程序与方法
BU26130103	礼宾服务	3	必修	综合	1	掌握礼宾服务程序
BU26130104	客户关系管理	3	必修	综合	1	掌握客户关系处理程序与方法
BU26130105	客房服务	5	必修	综合	1	掌握客房相关服务的程序与方法

开放性课程实验： 是  否

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，平时成绩占 30%，期末成绩占 70%  
实验成绩单独评定，并记入平时成绩。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：酒店管理概论

后续课程和教学环节：世界著名酒店集团管理案例

平行开设课程和教学环节：酒店服务管理、酒吧经营管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

尹寿兵主编. 前厅与客房管理. 安徽人民出版社.

### （二）主要参考书目

1. 马瑞. 饭店前厅与客房管理. 广东高等教育出版社.
2. 朱承强. 饭店前厅与客房管理. 南开大学出版社.
3. 仇学琴. 饭店前厅客房服务与管理. 南开大学出版社.
4. Gary K. Vallen. Check-In Check-Out: Managing Hotel Operations, Pearson. Pearson US.

制订人：谢佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游电子商务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名：Tourism E-commerce

课程代码：BU261302

课程类别：方向限选

学时：48

学分：3

适用专业：旅游管理

## 二、教学目标与要求

### （一）教学目标

《旅游电子商务》课程是一门实用性很强的课程，不仅要求学生理解理论知识，更要求学生掌握旅游电子商务的操作，会用发展的眼光看待旅游电子商务。通过本课程的学习，使学生了解电子商务的发展历史、现状及趋势；了解电子商务与旅游市场的结合；掌握旅游电子商务网络技术及网络支付技术；能够运用网络技术规划、设计、建设旅游电子商务网站；掌握旅游电子商务体系的盈利模式及交易模式。

### （二）《旅游电子商务》课程的基本要求

第一，了解电子商务发展的历史过程，旅游电子商务的特点及功能；

第二，理解旅游电子商务的网络技术基础；

第三，初步掌握旅游电子商务网站的建设；

第四，了解旅游电子商务体系、盈利模式。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第1章 旅游电子商务概述

##### 第一节 电子商务的概述

##### 第二节 旅游电子商务概述

基本要求：理解电子商务的概念、内涵，了解电子商务的兴起与发展，掌握旅游电子商务的特点及功能。重点为旅游电子商务的特点、功能。

## 第2章 旅游电子商务的网络技术基础

### 第一节 计算机网络概述

### 第二节 互联网概述

### 第三节 intranet、extranet 和 VPN

### 第四节 web 系统结构

### 第五节 数据库技术

基本要求：掌握电子商务的各种技术基础，了解互联网的运用，其中难点为数据库技术。

## 第3章 旅游电子商务的支付

### 第一节 电子货币与电子支付系统

### 第二节 网络银行

### 第三节 旅游电子商务的网上支付

基本要求：了解电子商务安全基本知识，掌握电子商务的网上支付功能，其中重点为电子货币支付系统，难点为旅游电子商务网上支付。

## 第4章 旅游电子商务网站的建设

### 第一节 旅游电子商务网站建设的理念与要素

### 第二节 旅游电子商务网站建设的规划

### 第三节 旅游电子商务网站的设计制作

### 第四节 旅游电子商务网站建设的相关技术

基本要求：了解电子商务网站建设的规划流程，掌握旅游电子商务网站的设计制作，其中重、难点为旅游电子商务网站的设计制作及网站建设的相关技术。

## 第5章 旅游电子商务的经济学分析

### 第一节 网络经济的定义与发展

### 第二节 网络经济理论

### 第三节 电子商务环境中的旅游市场

### 第四节 旅游产品与服务的网络营销

基本要求：理解网络经济的定义与理论，了解电子商务环境下的旅游市场，掌握旅游产品与服务的网络营销。重点为旅游产品与服务的网络营销手段。

## 第6章 旅游电子商务体系

### 第一节 旅游电子商务体系的内涵、构成与特点

### 第二节 旅游电子商务体系的功能与盈利模式

### 第三节 旅游电子商务体系的交易模式

基本要求：了解旅游电子商务体系，掌握旅游电子商务体系的功能与盈利模式，掌握旅游电子商务体系的交易模式，其中重点为旅游电子商务体系的交易模式、盈利模式。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 旅游电子商务概述	4		2	
2	第2章 旅游电子商务的网络技术基础	4		2	
3	第3章 旅游电子商务的支付	4		2	
4	第4章 旅游电子商务网站的建设	6		12	
5	第5章 旅游电子商务的经济学分析	4			
6	第6章 旅游电子商务商务体系	4			
7	课程复习、答疑				4
合计		26		18	4
		44			4

## (三) 实验、上机相关内容

### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	旅游电子商务网站认知	2		
2	旅游电子商务网络技术认知	2		
3	网络银行功能认知	2		
4	网上绘制旅游电子商务流程图	4		
5	建设旅游电子商务网站	8		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

此课程为考试课；

总评成绩由平时成绩（占总成绩的15%），上机成绩（占总成绩的15%）以及期末成绩（占总成绩的70%）构成；

平时成绩包括出勤率、平时作业、课堂提问方面；上机成绩包括学生操作情况及

提交作业情况；期末成绩采用考试方式进行。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅行社管理、酒店管理概论

后续课程和教学环节：旅游管理信息系统、网站建设与管理

平行开设课程和教学环节：景点景区管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

杨路明. 旅游电子商务. 科学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 董林峰. 旅游电子商务. 南开大学出版社.
2. 吴应用, 左文明. 旅游电子商务. 华南理工大学出版社.
3. 陆均良. 旅游电子商务. 清华大学出版社.
3. 余扬. 旅游电子商务. 旅游教育出版社.

制订人：刘华

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《酒店集团管理案例》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Case of the World Famous Hotel Chains Management

课程代码: BU262309

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

该课程的任务和基本要求是通过对世界著名酒店管理案例课程的学习,使学生了解在全球化的背景下旅游业住宿业所面临的挑战,了解世界著名酒店的类型和发源地;熟悉世界著名酒店集团管理的发展历史、创始人、成功经验和格言;掌握世界著名酒店集团在发展战略、品牌建设、品牌延伸、经营理念等;掌握世界著名酒店集团在客户管理、员工管理、物资管理等方面的特点和成功之处,能够为我国酒店集团的发展提供必要的借鉴。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 全球化、旅游业和住宿业

##### 第一节 全球化与商界

##### 第二节 全球化背景下的旅游业

##### 第三节 国际住宿业

##### 第四节 全球化的住宿业所面临的挑战

基本要求: 了解全球化的背景,熟悉全球化背景下旅游业的特点,掌握国际住宿业的类型、特点以及全球化背景下住宿业所面临的挑战。

#### 第二章 世界酒店集团的分布与发展

##### 第一节 世界酒店集团的分布

##### 第二节 世界酒店集团的发展

基本要求: 掌握世界酒店集团的分布及特点、起源于不同地区的主要酒店集团及

其发展状况。

### 第三章 世界著名酒店经营者的成功经验和格言

#### 第一节 塞萨·里兹的成功经验与格言

#### 第二节 斯塔特勒先生的成功经验和格言

#### 第三节 希尔顿先生的成功经验和格言

#### 第四节 喜来登先生的成功经验和格言

#### 第五节 威尔逊先生的成功经验和格言

基本要求：熟悉塞萨·里兹、斯塔特勒、希尔顿、威尔逊的工作经历及其与住宿业的关系，掌握以上各位酒店经营成功者经营酒店的成功经验与格言，能够和实际的酒店工作密切联系。

### 第四章 世界著名酒店集团管理精要

#### 第一节 高档次或者多档次酒店集团管理精要

#### 第二节 经济型酒店集团管理精要

基本要求：了解世界著名酒店的情况：类型、分布、经营特征等，熟悉各个酒店集团的发展历程、创始人、经营理念、管理特色、发展战略、在中国的发展与策略等。

### 第五章 酒店集团理论

#### 第一节 酒店集团的概念与发展过程

#### 第二节 酒店集团的特点

#### 第三节 酒店集团的组织形式

#### 第四节 中国旅游酒店的集团化经营

基本要求：在第四章的基础上，掌握酒店集团的概念、特点、组织形式、优劣势等，熟悉我国旅游酒店的集团化经营。

### 第六章 国际酒店的品牌化经营

#### 第一节 酒店品牌的基本涵义

#### 第二节 酒店品牌结构

#### 第三节 酒店品牌延伸

#### 第四节 我国酒店的品牌化经营策略

基本要求：熟悉酒店品牌的基本涵义；掌握酒店品牌结构的组成，掌握酒店品牌延伸的类型、特点、品牌延伸中可能遇到的问题等；熟悉我国酒店的品牌化经营策略。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	全球化、旅游业和住宿业	6			
2	世界酒店集团的分布与发展	6			
3	世界著名酒店经营者的成功经验和格言	4			
4	世界著名酒店集团管理精要	6			
5	酒店集团理论	4			
6	国际酒店集团的品牌化经营	6			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课。

考核方式为平时成绩（占总成绩的 60%）和期末考核成绩（占总成绩的 40%）相结合。

平时成绩包括平时作业、案例讨论、课堂提问、课堂纪律等方面；期末考核采用大作业的形式进行。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：酒店管理概论、餐饮管理、前厅与客房管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：酒店服务管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

林璧属. 世界知名饭店集团发展模式. 旅游教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 薛永刚, 王文燕. 经济型酒店经营管理全解. 化学工业出版社.

2. 邹益民, 周亚庆, 黄浏英. 持续追求价值领先——解读开元酒店集团品牌经营之道. 杭州: 浙江大学出版社.

3. 国家旅游局监督管理司, 中国旅游研究院. 中国饭店产业发展报告——饭店集团篇: 2010~2011. 中国旅游出版社.

4. 中国旅游饭店业协会. 中国饭店集团化发展蓝皮书(2013) . 中国旅游出版社.

5. (西) 库尼利著, 王向宁, 陆春华译. 饭店集团成长战略: 世界顶尖连锁饭店集团最佳商业实践. 北京旅游教育出版社.

6. 谷慧敏. (英) 瑞安主编, 张伟译. 饭店集团案例库(国际卷) . 北京: 旅游教育出版社.

制订人: 邢夫敏

审核人: 黎宏宝

审定人: 余晓红

# 《酒店服务管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Hotel Service & Management

课程代码: BU262304

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

通过本课程的学习,使学生在掌握酒店管理基本知识的基础之上,对酒店产品特点、服务承诺与补救、优质服务、人力资源管理、环保节能以及酒店业发展趋势等方面的内容加深理解,能够掌握酒店各部门的运行规律、工作内容和管理技能,并能解决酒店对客服务中遇到的常见问题,能够处理客人的一般投诉。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 酒店优质服务

##### 第一节 服务及其特性

##### 第二节 酒店优质服务的提供

了解酒店服务的性质和特点,掌握优质服务的含义、优质服务对酒店管理的重要性

#### 第二章 顾客服务体验

##### 第一节 顾客服务体验模型

##### 第二节 顾客与员工之间的互动

了解影响顾客服务体验的主要因素,掌握顾客、员工以及顾客之间的互动方式以及顾客服务体验的相关模型

#### 第三章 酒店服务承诺与保证

##### 服务保证的原因与时机

##### 出色服务保证的设计

了解服务保证的原因,酒店对顾客承诺的类型与时机,掌握出色服务保证的特点

以及如何设计出色的服务保证

#### 第四章 酒店服务补救

##### 第一节 服务补救及其必要性

##### 第二节 服务补救的方法与步骤

了解酒店服务补救的含义与类型，掌握服务补救的具体方法与步骤

#### 第五章 员工心理保健

##### 第一节 员工心理保健的必要性

##### 第二节 员工心理保健的方法

了解员工心理保健的含义与特点，掌握加强员工心理保健的必要性以及提供心理保健的具体方法

#### 第六章 酒店收益管理

##### 第一节 收益管理概述

##### 第二节 收益管理应用

了解收益管理的含义、产生和发展的过程，掌握酒店实施收益管理的必要性以及具体的方法

#### 第七章 酒店低碳节能管理

##### 第一节 低碳酒店及其特征

##### 第二节 低碳节能管理手段

了解酒店实施低碳节能的必要性，掌握酒店实施低碳节能管理的具体方法和手段

#### 第八章 酒店人力资源管理

##### 第一节 概述

##### 第二节 最佳雇主

了解酒店人力资源管理的工作内容与方法，掌握最佳雇主的含义以及特征

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 酒店优质服务	4			
2	第二章 顾客服务体验	4			
3	第三章 酒店服务承诺与保证	4			
4	第四章 酒店服务补救	4			
5	第五章 员工心理保健	4			
6	第六章 酒店收益管理	4			
7	第七章 酒店低碳节能管理	4			
8	第八章 酒店人力资源管理	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末成绩占 40%

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：前厅与客房管理

后续课程和教学环节：大学生就业指导

平行开设课程和教学环节：世界著名酒店集团管理案例

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

邢夫敏主编. 现代酒店管理与服务案例. 北京大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 陈的非. 酒店服务与管理案例分析. 中国轻工出版社.
2. 陈戎. 酒店管理概论. 清华大学出版社.
3. 王书翠, 余杨. 酒店服务质量管理. 中国旅游出版社.
4. 钟志平. 酒店管理概论. 旅游教育出版社.

制订人：谢佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《酒吧经营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: The Management of Bar

课程代码: BU262305

课程类别: 方向限选

学时: 48

学分: 3

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

本课程主要分为酒水知识和酒吧经营与管理两个部分。第一部分在对酒水知识进行概述的基础上,系统介绍无酒精饮料(茶、咖啡、果汁饮料等)及酒精饮料(发酵酒、蒸馏酒、配制酒、鸡尾酒)等相关知识;第二部分以第一部分的相关知识为基础,详细讲授酒吧等酒水经营企业在组建、吧台设计、组织机构设置、人员岗位职责,酒水服务、成本控制和销售等相关知识。根据课程实践操作性较强的特点,结合实验室条件,课程安排酒水调制和酒水服务的实践操作。

### (二) 基本要求:

1. 了解酒水的分类知识;
2. 熟悉发酵酒、蒸馏酒、配制酒、鸡尾酒的主要种类,能辨别、区分上述几种酒品的知名品牌;
3. 能熟练进行酒水服务,掌握基本的鸡尾酒和非酒精饮料的调制;
4. 了解酒吧设施设备,机构设施的相关知识;
5. 熟悉酒吧的主要成本控制点。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 酒水概述

##### 第一节 酒水的含义与特点

##### 第二节 酒度表示与换算

### 第三节 酒的分类

### 第四节 酒的起源与发展

### 第五节 国际饮酒礼仪

基本要求：重点掌握国际通行的三种酒度并能对其进行换算，难点：掌握国内外酒水的分类标准。

## 第二章 非酒精饮料

### 第一节 非酒精饮料概述

### 第二节 茶

### 第三节 咖啡

### 第四节 可可

### 第五节 其它软饮料

基本要求：重点掌握我国著名的茶叶品名，对世界著名的咖啡及咖啡产地有一定的认知，难点：掌握基本的茶叶冲泡、咖啡、果汁冲调及服务技巧。

## 第三章 酒精饮料

### 第一节 发酵酒

### 第二节 蒸馏酒

### 第三节 配制酒

### 第四节 鸡尾酒

基本要求：根据酒水的分类，重点掌握各种酒精饮料中的世界著名品牌及其特点，能够根据酒标鉴别同种类的不同品牌酒水并能介绍其特点，难点：掌握鸡尾酒的基本调制和服务方法。

## 第四章 吧台设置与组织管理

### 第一节 酒吧与吧台设置

### 第二节 吧台设备与用具

### 第三节 酒吧经营组织与岗位管理

基本要求：重点掌握吧台和酒吧的主要设施设备，组织机构的设置，并能进行人员班次排定，难点：实际操作和运作酒吧的各项设施设备。

## 第五章 酒水服务与成本管理

### 第一节 酒水服务管理

### 第二节 酒水成本管理

基本要求：了解基本的酒水服务操作规程，重点掌握酒水经营成本漏损点及其控制这些漏损点的具体方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 酒水概述	3			
2	第二章 非酒精饮料	10	3		
3	第三章 酒精饮料	15	3		
4	第四章 吧台设置与组织管理	8			
5	第五章 酒水服务与成本管理	6			
合计		42	6		
		48			

### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU26230501	酒吧设备操作及无酒精饮料配置实验	3	必修	综合	1	了解酒吧基本设备操作流程及茶、果汁、咖啡等无酒精饮料的配置
BU26230502	酒精饮料及鸡尾酒配置实验	3	必修	综合	1	了解国内外酒精饮料的品牌及特点,按酒谱调制鸡尾酒

开放性课程实验: 是  否

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课,成绩评定按平时成绩 60%,期末成绩 40%的比例核算最终考核成绩。其中实验 6 学时,按平时成绩 20%计入。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节: 饭店管理概论、餐饮管理

后续课程和教学环节: 无

平行开设课程和教学环节: 酒店服务管理

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

熊国铭. 现代酒吧服务与管理(第 2 版). 高等教育出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 王天佑. 酒水经营与管理. 旅游教育出版社.
2. 匡家庆. 调酒与酒吧管理. 中国旅游出版社.
3. 贺正柏, 祝红文. 酒水知识与酒吧管理. 旅游教育出版.
4. 王文君. 酒水知识与酒吧经营管理. 中国旅游出版社.

制订人：谢 佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游网络营销》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Network Marketing of Tourism

课程代码: BU262307

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅游网络营销是适应网络虚拟市场的新的营销理论,是伴随网络虚拟市场而诞生的带有很强实践性的新学科。它针对新兴的网络虚拟市场,以新的思维方式,使市场营销理论在发展中创新,在创新中指导实践。

通过该课程的学习要求学生掌握网络营销职能,网络营销信息传递模型及网络营销体系的人体结构模型,认识网络营销的内容架构及核心思想;学习和掌握网络营销的方法体系,即网络营销导向的企业网站、搜索引擎营销、Email 营销、网络广告,全员网络营销及 SNS 营销(包括博客营销、微博营销方法等);通过旅游网络营销的实践教学,让学生进一步了解和掌握网络营销理论和方法体系的具体应用和检验。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 网络营销的理论基础

- 1.1 网络营销的诞生及发展
- 1.2 网络营销的基本概念
- 1.3 网络营销研究的层次分析
- 1.4 本书的内容体系设计

#### 第二章 网络营销的常用工具和方法

- 2.1 常用网络营销的工具体系
- 2.2 常用互联网工具和资源的网络营销价值分析
- 2.3 网络营销方法体系
- 2.4 常用网络营销方法简介

## 2.5 基于移动互联网的网络营销简介

### 第三章 网络营销导向的企业网站研究

#### 3.1 网络营销导向企业网站研究的层次与问题

#### 3.2 企业网站的一般要素分析

#### 3.3 网络营销导向企业网站建设的指导原则

#### 3.4 网站优化的原则及问题分析

#### 3.5 企业网站运营管理规范

#### 3.6 企业网站用户体验研究

#### 3.7 网站评价诊断方法

#### 3.8 网站改版升级的常见模式及原则

### 第四章 搜索引擎营销基础

#### 4.1 搜索引擎营销的基本原理与目标层次

#### 4.2 搜索引擎营销的主要模式

#### 4.3 搜索引擎优化方法及规范

#### 4.4 搜索引擎关键词广告

#### 4.5 搜索引擎营销中的用户行为研究

#### 4.6 搜索引擎营销效果分析

### 第五章 许可 EMAIL 营销基础

#### 5.1 许可 EMAIL 营销的研究内容

#### 5.2 EMAIL 营销的基本形式和一般过程

#### 5.3 开展 EMAIL 营销的基础条件

#### 5.4 内部列表 EMAIL 营销策略

#### 5.5 外部列表 EMAIL 营销策略

#### 5.6 EMAIL 营销效果评价

#### 5.7 EMAIL 营销细节决定成败

### 第六章 网络广告基础

#### 6.1 网络广告及其主要形式

#### 6.2 网络广告的本质特征及其网络营销价值

#### 6.3 网络广告投放策略

#### 6.4 网络广告效果评价方法

#### 6.5 网络广告效果的影响因素及措施

#### 6.6 网络广告发展及应用趋势

### 第七章 WEB2.0 与社会化网络营销研究

#### 7.1 网络营销社会化的含义与网络营销思想演变

- 7.2 网络营销社会化的技术基础：WEB2.0
- 7.3 网络营销社会化环境下的网络营销模式
- 7.4 企业博客营销研究
- 7.5 企业微博营销基础
- 7.6 其他 WEB2.0 网络营销方法简介

#### 第八章 网络营销实践应用

- 8.1 网站推广方法
- 8.2 网络品牌的建立与推广
- 8.3 信息发布与传递
- 8.4 在线顾客服务与顾客关系
- 8.5 网上销售渠道建设
- 8.6 网上促销方法
- 8.7 网上市场调研

#### 第九章 网络营销管理基础

- 9.1 网络营销管理的内容体系
- 9.2 网络营销效果综合评价体系
- 9.3 网站访问统计分析基础

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 网络营销的理论基础	2			
2	第二章 网络营销的常用工具和方法	2			
3	第三章 网络营销导向的企业网站研究	4		2	
4	第四章 搜索引擎营销基础	2		2	
5	第五章 许可 EMAIL 营销基础	2		2	
6	第六章 网络广告基础	2		2	
7	第七章 WEB2.0 与社会化网络营销研究	2		2	
8	第八章 网络营销实践应用	2		2	
9	第九章 网络营销管理基础	2			
合计		20		12	
		32			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	企业网站诊断	2		
2	搜索引擎诊断	2		
3	企业网站优化	3		
4	搜索引擎优化（SEO）	2		
5	网络营销综合实验一	2		
6	网络营销综合实验二	2		

### 四、相关说明

#### (一) 考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课，成绩评定方式为平时成绩占 60%（包括考勤、课堂发言、作业情况及上机实习等），期末考查占 40%。

#### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、微观经济学、旅游市场营销、旅游电子商务

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：旅游管理信息系统

### 五、教材和主要参考书目

#### (一) 教材

冯英健. 网络营销基础与实践主编. 清华大学出版社.

#### (二) 主要参考书目

1. 瞿彭志. 网络营销. 高等教育出版社.

2. 张廷茂. 网络营销. 河北人民出版社.

3. 江礼坤. 网络营销推广实战宝典. 电子工业出版社.

制订人：刘华

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《网站建设与管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Construction and Management of the Website

课程代码: BU262308

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

《网站建设与管理》是一门应用性课程,其教学目的是使学生了解电子商务网站建设的基础;熟悉电子商务网站规划与设计;掌握电子商务网站的建设流程;会使用网站建设的基本语言;能够熟练运用相关技术设计静态网页、动态网页;熟悉发布网站的过过程;了解电子商务网站推广的重要性与推广方式。

### (二) 《网站建设与管理》课程的基本要求:

第一,了解电子商务网站建设的基本流程;

第二,掌握网站建设的基本语言与技术;

第三,掌握网页制作的技术;

第四,理解电子商务网站的推广方式。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1章 电子商务网站建设基础

第一节 电子商务网站的概念和主要功能

第二节 电子商务网站的分类和构成要素

第三节 电子商务网站建设的工具

基本要求:理解电子商务网站的概念、功能,了解电子商务网站的分类、构成要素,掌握电子商务网站建设的工具。重点为电子商务网站建设的工具认知。

#### 第2章 电子商务网站的规划与设计

### 第一节 网站前期规划

### 第二节 网站的风格与布局设计

### 第三节 网站的目录结构与链接结构设计

基本要求：掌握电子商务网站前期规划，网站的风格与布局设计，网站的目录结构。重、难点为网站风格、布局的规划。

## 第3章 电子商务网站的建设流程

### 第一节 域名注册与备案

### 第二节 确定服务器解决反感

### 第三节 电子商务网站的软件平台搭建

### 第四节 网站开发流程与网站上传

基本要求：了解域名注册与备案，掌握网站的开发流程。重点为电子商务网站开发的流程。

## 第4章 建设网站的基础：html 语言

### 第一节 什么是 html

### 第二节 html 常用标记

### 第三节 css 样式

### 第四节 从 html 到 xhtml

基本要求：理解网站的基础语言 html，css 样式。难点为 css 样式。

## 第5章 利用 dreamweaver 设计网页

### 第一节 创建站点

### 第二节 网页的基本编辑

### 第三节 用表格或框架进行网页布局

### 第四节 表单制作

### 第五节 模板应用

基本要求：掌握网站站点的创建，网页的基本编辑。重点为网页的基本编辑，难点为表单制作。

## 第6章 asp 动态网站制作基础

### 第一节 静态网页与动态网页的区别

### 第二节 搭建 web 程序开发环境

### 第三节 动态网页制作基础—vbscript 语言

### 第四节 response 对象与 request 对象

### 第五节 利用 session 对象和 application 对象保存用户信息

### 第六节 server 对象

基本要求：掌握动态网页制作技术。重、难点为 vbscript 语言。

## 第7章 数据库基础

### 第一节 数据库

## 第二节 网络数据库的选择

## 第三节 sql 语言基础

## 第四节 设置 odbc 数据源

基本要求：理解数据库的概念，掌握 sql 语言基础。重点为数据库。

## 第 8 章 asp 存取数据库技术

### 第一节 ado 的 3 个主要对象

### 第二节 连接数据库

### 第三节 存取数据库

### 第四节 制作留言板

### 第五节 实现一个带有后台的新闻发布系统

基本要求：了解数据库的连接、存取，掌握留言板的制作。重点为连接、存取数据库。

## 第 9 章 电子商务网站的推广

### 第一节 电子商务网站推广的重要性

### 第二节 电子商务网站推广的方式

### 第三节 电子商务网站的优化

基本要求：了解电子商务网站推广的重要性，掌握电子商务网站推广的方式。重点为电子商务网站推广的方式。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第 1 章 电子商务网站建设基础	2			
2	第 2 章 电子商务网站的规划与设计	2			
3	第 3 章 电子商务网站的建设流程	4			
4	第 4 章 建设网站的基础：html 语言	4			
5	第 5 章 利用 dreamweaver 设计网页	4			
6	第 6 章 asp 动态网站制作基础	4			
7	第 7 章 数据库基础	4			
8	第 8 章 asp 存取数据库技术	4			
9	第 9 章 电子商务网站的推广	2			
10	考查				2
合计		30			2
		30			2

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

此课程为考查课；

总评成绩由平时成绩（占总成绩的 60%），期末成绩（占总成绩的 40%）构成；

平时成绩包括出勤率、平时作业、课堂提问等方面；期末成绩采用大作业的方式进行。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅行社管理、酒店管理概论、景点景区管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：旅游管理信息系统

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

李建忠. 电子商务网站建设与管理. 清华大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 宋一兵. 网站建设与管理. 人民邮电出版社.

2. 陈连刚. 电子商务网站建设与管理. 北京理工大学出版社.

3. 余爱云. 电子商务网站建设与管理实训. 北京理工大学出版社.

制订人：刘华

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《管理学原理 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Management Principle A

课程代码: BU262902

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 汉语言文学

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

管理学原理 A (Management Principle A) 是汉语言文学专业的方向限选课, 通过本课程的学习, 使学生理解管理思想的产生发展、管理活动的方式、管理的计划、组织、领导、控制、创新职能的基本原理及运用方法, 从而让学生学习如何在实际工作中灵活运用各种管理手段, 并通过各种管理案例的分析, 切实提高学生用管理原理分析解决问题的能力。

### (二) 课程基本要求

本课程要求学生通过学习理解管理原理的概念及企业管理的工作目的及要求; 并且能掌握管理各种职能的主要内容及操作方法; 最后分析企业常见管理手段的原理以及实施重点。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 管理活动与管理理论

##### 第一节 人类管理活动历史

##### 第二节 管理的职能与性质

##### 第三节 管理者的角色与技能

基本要求: 了解人类管理活动的历史及管理理论流派;

重点难点: 理解科学管理原理及行为管理理论的主要思想。

## 第二章 管理道德与企业社会责任

### 第一节 管理者道德的概念

### 第二节 几种相关的道德观

### 第三节 企业社会责任的概念与影响因素

基本要求：理解管理道德及企业社会责任的概念

重点难点：理解企业社会责任与企业经济效益之间的冲突并理解社会经济观的主要思想

## 第三章 管理决策

### 第一节 决策的定义、原则与依据

### 第二节 决策的类型与特点

### 第三节 决策的过程与影响因素

基本要求：理解管理决策的概念、决策过程及方法

重点难点：理解不确定性决策的决策方法及决策重点

## 第四章 管理计划及战略性计划

### 第一节 计划的概念与性质

### 第二节 计划的类型

### 第三节 战略性计划及制定方法

基本要求：理解管理计划的概念、类型及工作方法

重点难点：理解战略性计划的制定方法及战略选择方法

## 第五章 计划的组织实施

### 第一节 目标管理法

### 第二节 滚动计划法

### 第三节 网络计划技术

基本要求：理解组织控制理论及企业计划实施工作的重点

重点难点：掌握目标管理理论及滚动计划法这两种组织计划实施方法

## 第六章 组织设计

### 第一节 组织设计的概念

### 第二节 组织设计的影响因素分析

### 第三节 组织部门化

基本要求：理解组织的概念，组织设计的主要工作内容及组织设计的发展趋势

重点难点：理解几种组织模型的优缺点及运用场合

## 第七章 组织变革与组织文化

### 第一节 组织变革的概念

### 第二节 组织变革的一般规律

### 第三节 组织文化及其发展

基本要求：理解组织变革的一般规律，组织文化的作用及发展

重点难点：理解组织变革与组织文化建设的冲突及解决方式

## 第八章 领导及激励理论

第一节 领导的性质与作用

第二节 领导方式及其理论

第三节 领导艺术

基本要求：理解领导的性质及作用，领导方式及沟通理论的运用

重点难点：掌握激励理论的运用方式及注意事项

## 第九章 控制理论

第一节 控制原理

第二节 控制的要求

第三节 控制的过程

基本要求：理解控制原理及要求，熟悉常见的控制方法

重点难点：掌握管理中几种常见控制的运用方法

## 第十章 创新

第一节 创新及其作用

第二节 创新职能的基本内容

第三节 创新的过程及组织

基本要求：理解管理创新的作用、基本内容，企业创新的几种方式

重点难点：掌握企业创新工作的组织过程及工作重点

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	管理活动与管理理论	4			
2	管理道德与企业社会责任	2			
3	管理决策	4			
4	管理计划及战略性计划	4			
5	计划的组织实施	4			
6	组织设计	4			
7	组织变革与组织文化	2			
8	领导及激励理论	4			
9	控制理论	2			
10	创新	2			
合计		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，考核方式为论文形式，平时成绩 60%，期末成绩 40%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

周三多主编. 管理学——原理与方法（第六版）. 复旦大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 斯蒂芬.P. 罗宾斯. 管理学（第十一版）. 中国人民大学出版社.
2. 陈传明, 周小虎编. 管理学原理. 机械工业出版社.
3. 张康之. 一般管理学原理. 中国人民大学出版社.
4. 雷扬, 盛辉. 企业管理范本大全. 中央编译出版社

制订人：易雅馨

审核人：韩云

审定人：余晓红

# 《市场营销学 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing B

课程代码: BU262903

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 汉语语言文学

## 二、教学目标与要求

《市场营销》是市场营销专业的核心课程,也可作为工商类其他专业的选修课程。本课程旨在通过学习市场营销相关的基本概念和原理,比较系统地掌握从事市场营销活动的基本方法和策略,培养学生观察问题、分析问题、解决问题的能力;并为企业营销实践与市场运作提供理论基础与决策参考,为各级工商企业、管理部门、各类营销机构培养具备市场营销知识和技能、有开拓和创新精神、适应 21 世纪市场经济发展需要的高层次专门人才。

本课程的基本要求是:使在学生能够了解市场营销的知识;使学生对市场营销的实际操作有一个系统的认识。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 市场营销与市场营销学绪论

##### 第一节 市场和市场营销

##### 第二节 市场营销学的产生和发展

##### 第三节 市场营销学的相关理论及基本内容

##### 第四节 研究市场营销学的意义和方法

基本要求:了解营销学角度的市场概念;理解市场营销及其相关概念;了解现代市场营销学的基本框架和主要内容;了解学习市场营销学的重要性;掌握需要、欲望和需求的区别;效用、费用和满足的区别;掌握交换、交易和关系的区别;掌握市场营销与市场营销者的区别。

## 第二章 市场营销管理哲学及其贯彻

### 第一节 市场营销管理哲学及其研究

### 第二节 以全方位营销促进顾客满意与顾客忠诚

### 第三节 市场导向战略组织创新

基本要求：了解常见的需求状况；了解市场营销哲学及其演进；了解客期望、顾客满意、顾客感知价值的概念；掌握价值链分析、价值让渡系统、全面质量管理的基本思想。

## 第三章 从企业战略到营销管理

### 第一节 战略与战略规划

### 第二节 总体战略

### 第三节 经营战略

### 第四节 规划和组织营销管理

基本要求：了解“战略”的意义；了解战略规划的一般过程和关键步骤；了解总体战略、经营战略与营销管理，以及营销管理与其他职能战略之间的关系；了解企业目标、业务投资组合分析、公司战略增长的含义；掌握 BCG 矩阵、GE 矩阵的基本思想。

## 第四章 市场营销环境

### 第一节 市场营销环境的含义和特征

### 第二节 微观营销环境

### 第三节 宏观营销环境

### 第四节 环境分析与营销对策

基本要求：了解市场营销环境构成的因素；了解分析、评价市场营销环境的基本方法；了解企业面临威胁环境与机会环境的对策；掌握竞争者的五种类型；掌握机会分析矩阵、威胁分析矩阵、环境分析综合评价矩阵。

## 第五章 消费者市场和购买行为分析

### 第一节 消费者市场与消费者购买行为影响因素

### 第二节 消费者购买决策过程

### 第三节 影响消费者购买行为的个体因素

### 第四节 影响消费者购买行为的环境因素

### 第五节 消费者决策的其他理论

基本要求：了解如何依据消费者购买决策过程制定相应的营销策略；了解影响消费者行为的个体因素；了解影响消费者行为的环境因素；了解消费者购买行为类型；掌握消费者购买行为模式及其营销因素；掌握消费者的购买决策过程。

## 第六章 组织市场和购买行为分析

### 第一节 组织市场的类型和特点

### 第二节 组织市场购买行为

### 第三节 非营利组织市场和购买行为分析

### 第四节 客户关系管理

基本要求：了解组织市场的类型与特点；了解组织市场的概念、购买类型；了解组织用户的交易导向；了解组织用户的购买决策过程；了解非营利组织的类型、购买特点和方式；了解政府市场的购买目的、购买过程的参与者、购买方式；掌握客户分类管理策略。

## 第七章 市场营销调研与预测

### 第一节 市场营销信息系统

### 第二节 市场营销调研

### 第三节 市场需求的测量与预测

基本要求：了解营销信息系统框架；了解企业市场调研的过程；掌握市场营销资料收集的主要方法和程序；掌握市场营销预测的原则；掌握、类型、程序方法。

## 第八章 目标市场营销战略

### 第一节 市场细分

### 第二节 市场选择

### 第三节 市场定位

基本要求：了解市场细分战略的产生与发展；了解市场细分的原理与理论依据；了解市场细分的标准和原则；了解目标市场战略的概念；了解市场定位的概念、方式、步骤和市场定位战略；掌握目标市场的选择方式。

## 第九章 竞争性市场营销战略

### 第一节 竞争者分析

### 第二节 市场领导者战略

### 第三节 市场挑战者战略

### 第四节 市场追随者与市场利基者战略

基本要求：了解竞争者的战略和目标的判定；了解评估竞争者实力和反应的类型和步骤；了解进攻与回避对象的选择；掌握市场领先者、市场挑战者、市场追随者和市场补缺者各自的营销目标与战略选择。

## 第十章 产品策略

### 第一节 产品与产品分类

## 第二节 产品组合

## 第三节 产品生命周期

基本要求：了解关于产品和产品整体概念的有关理论；了解产品分类及产品组合的有关概念；了解产品组合策略；了解产品生命周期的有关理论；掌握产品生命周期各阶段的特征与营销策略。

## 第十一章 品牌策略

### 第一节 品牌与品牌资产

### 第二节 品牌设计、组合与扩展

### 第三节 品牌保护与品牌管理

基本要求：了解品牌的作用；了解品牌与商标的关系；了解品牌资产的构成与特征；了解品牌设计、组合与扩展；了解驰名商标的含义及认定；掌握品牌组合策略。

## 第十二章 定价策略

### 第一节 影响定价的主要因素

### 第二节 确定基本价格的一般方法

### 第三节 定价的基本策略

### 第四节 企业的价格调整及企业对价格变动的反应

基本要求：了解影响定价的主要因素；了解定价的一般方法；掌握定价的基本策略；掌握价格调整及价格变动反应。

## 第十三章 分销策略

### 第一节 分销渠道的职能与类型

### 第二节 分销渠道的设计与管理

### 第三节 批发商与零售商

### 第四节 物流策略

基本要求：了解分销渠道的职能与类型；了解影响分销渠道设计的因素；了解分销渠道的管理；了解渠道策略的新发展；了解批发商与零售商的类型；了解物流策略；掌握分销渠道的层次、宽度。

## 第十四章 促销策略

### 第一节 促销与促销组合

### 第二节 人员推销策略

### 第三节 广告策略

### 第四节 公共关系策略

### 第五节 销售促进策略

基本要求：正确理解促销的含义；了解促销组合应该考虑哪些因素；了解人员推销的优缺点、基本形式与策略；了解广告设计的原则与效果测定；了解公共关系的基本特征与工作程序；了解销售促进的方式和控制；掌握促销组合及促销策略；人员推销策略、广告策略、公共关系策略、销售促进策略；掌握拉引”策略与“推动”策略。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场营销与市场营销学绪论	2			
2	第二章 市场营销管理哲学及其贯彻	4			
3	第三章 从企业战略到营销管理	2			
4	第四章 市场营销环境	2			
5	第五章 消费者市场和购买行为分析	2			
6	第六章 组织市场和购买行为分析	2			
7	第七章 市场营销调研与预测	2			
8	第八章 目标市场营销战略	4			
9	第九章 竞争性市场营销战略	2			
10	第十章 产品策略	2			
11	第十一章 品牌策略	2			
12	第十二章 定价策略	2			
13	第十三章 分销策略	2			
14	第十四章 促销策略	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。最终成绩由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、微观经济学

后续课程和教学环节：市场调查及市场预测等

平行开设课程和教学环节：宏观经济学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

吴建安. 市场营销学. 吴建安. 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 菲利普·科特勒著, 王永贵译. 营销管理. 中国人民大学出版社.
2. 吴晓云. 市场营销管理教程. 大学出版社.
3. 王方华. 市场营销学. 复旦大学出版社.
4. 吕一林, 李蕾. 现代市场营销学. 清华大学出版社.

制订人: 朱天一

审核人: 王勇

审定人: 余晓红

# 《市场营销与调查》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing and Market Investigating

课程代码: BU262904

课程类别: 方向限选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 视觉传达设计

## 二、教学目标与要求

市场营销与调查课程内容包括市场营销和市场调查两部分。市场营销部分包含营销知识概述,营销目标市场确定,营销 4P 组合策略制定,营销组织管理等内容。市场调查部分包括市场调查方案的设计、抽样与问卷设计、调查实施及数据整理、定性和定量数据的整理与分析、市场调查报告的撰写与汇报等。通过本课程的教学,应使学生了解市场营销学的基本理论、基本知识和市场调查的基本方法,认识到在进行视觉传达设计时应加强对市场的认识,对消费者行为的了解。总的来说,通过本课程的教学,使学生能够较好的适应视觉传达设计工作中市场营销和市场调查实践的需要,帮助企业迎接在 21 世纪中的新问题、新挑战。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 市场营销与市场营销学

##### 第一节、市场与市场营销

##### 第二节、市场营销学的发展与研究

##### 第三节、市场营销哲学

教学目标与要求: 熟悉市场营销及其相关概念,明确市场营销职能,掌握市场营销的任务;

了解市场营销学的产生和发展,掌握市场营销学的内容体系和研究方法,理解市场营销对企业的重要意义;

教学重点: 市场营销学的产生和发展、市场营销对企业的重要意义

教学难点：市场营销对企业的重要意义

## 第二章 顾客价值与顾客满意

### 第一节、顾客让渡价值

### 第二节、顾客满意与顾客忠诚

教学目标与要求：正确理解顾客让渡价值的含义；深刻领会顾客满意的价值；了解顾客满意与顾客忠诚之间的关系

教学重点：顾客让渡价值的含义、顾客满意与顾客忠诚之间的关系

教学难点：顾客让渡价值的含义

## 第三章 市场营销环境分析

### 第一节、市场营销环境的含义和特征

### 第二节、微观市场营销环境

### 第三节、宏观市场营销环境

### 第四节、环境评价与对策

教学目标与要求：了解市场营销环境的含义和特征，弄清市场营销活动与市场营销环境的关系。了解微观和宏观市场营销环境的内容及其变化，做出正确的营销决策，提高企业的适应能力和应变能力。

教学重点：市场营销环境的含义和特征、微观和宏观市场营销环境的内容

教学难点：微观和宏观市场营销环境的内容

## 第四章 消费者和组织市场购买行为分析

### 第一节、消费者市场及其特点

### 第二节、消费者需要及其行为模式

### 第三节、影响消费者购买行为的主要因素

### 第四节、消费者购买决策过程

### 第五节、组织市场的类型和特点

教学目标和要求：了解消费者市场的特点和分类；掌握消费者的需要及其购买行为模式；了解组织市场的含义和基本特征；

教学重点：消费者市场的特点和分类、消费者的需要及其购买行为模式

教学难点：消费者的需要及其购买行为模式

## 第五章 目标市场营销战略

### 第一节、市场细分战略

### 第二节、市场选择战略

### 第三节、市场定位战略

教学目标和要求：了解市场细分的原理，为选择目标市场奠定基础；掌握市场选择战略及其条件，正确选择目标市场；学习市场定位的方式、步骤和策略，寻找恰当的市场位置。

教学重点：市场细分的原理、市场定位的方式、步骤和策略

教学难点：市场定位的方式、步骤和策略

## 第六章 竞争性市场营销战略

### 第一节、竞争者分析

### 第二节、市场领导者战略

### 第三节、市场挑战者战略

### 第四节、市场追随者与市场利基者战略

教学目标和要求：了解谁是竞争者，如何识别竞争者；了解和掌握市场主导者的战略；了解和掌握市场挑战者的战略；了解和掌握市场追随者与市场利基者战略。

教学重点：识别竞争者的方法、不同市场地位企业的竞争策略

教学难点：不同市场地位企业的竞争策略

## 第七章 市场营销组合产品策略

### 第一节、产品与产品组合

### 第二节、产品生命周期及其营销策略

### 第三节、品牌的基本概念

### 第四节、影响定价的因素

### 第五节、定价的一般方法

### 第六节、分销渠道的职能与结构

### 第七节、分销渠道策略

### 第八节、促销与促销组合

教学目标和要求：掌握产品的整体概念、产品组合及其营销意义，掌握产品生命周期各阶段的特征及其营销策略；掌握品牌的含义、作用及功能；了解影响定价的因素，掌握定价的一般方法；了解分销渠道的含义、职能与结构，掌握分销渠道设计的因素与渠道管理；了解促销的含义、作用以及促销组合的基本内容；

教学重点：产品的整体概念、产品组合及其营销意义、产品生命周期各阶段的特征及其营销策略、品牌的含义、作用及功能、市场营销组合策略

教学难点：市场营销组合策略

## 第八章 市场调查概述

### 第一节、管理与决策

## 第二节、信息及其功能

## 第三节、二手数据的收集方法

教学目标和要求：

- 1、掌握管理的职能、管理与决策的关系
- 2、认识营销信息对于营销决策的重要性
- 3、了解市场调查行业的发展历史与现状
- 4、掌握二手数据调查的方法

教学重点：管理的职能、管理与决策的关系、营销信息对于营销决策的重要性、市场调查行业发展的现状、二手数据调查的方法

教学难点：管理的职能、二手数据调查的方法

## 第九章 观察法和访问法

### 第一节、观察法的概念及运用

### 第二节、访问法的概念及运用

教学目标和要求：了解观察法的概念和特点，掌握观察法的运用如产品观察、价格观察、人流量观察等；了解访问调查法的概念和特点，掌握访问调查法的运用如个人深访、座谈访问等；

教学重点：

观察法的运用如产品观察、价格观察、人流量观察等；访问调查法的运用如个人深访、座谈访问等

教学难点：

观察法的运用如产品观察、价格观察、人流量观察等

## 第十章 市场抽样及问卷调查法

### 第一节、抽样调查的方法

### 第二节、样本容量及抽样误差的计算

### 第三节、问卷调查的设计原则及程序

### 第四节、调查问卷中问题及量表的设计

教学目标和要求：了解抽样的含义、类型及特征；掌握单纯随机抽样方式下，抽样误差的计算及对总体的推断；理解问卷调查法的应用程序及其适用范围；掌握问卷中问题的类型和表述应遵循的原则。

教学要点：抽样的含义、类型及特征；单纯随机抽样方式下，抽样误差的计算及对总体的推断；问卷设计的步骤、问卷中问题的类型和表述应遵循的原则

教学难点：单纯随机抽样方式下，抽样误差的计算及对总体的推断；问卷中问题

的类型和表述应遵循的原则

## 第十一章 市场调查报告的编写与陈述

第一节、报告的内容构成

第二节、编写报告应注意的问题

第三节、报告中常用的几种统计图

第四节、报告的陈述和演示

教学目标与要求：了解市场调查报告的编写内容与要求；掌握市场调查报告中常用的几种统计图形；掌握市场调查与报告的陈述与演示

教学要点：市场调查报告中常用的几种统计图形、市场调查与报告的陈述与演示

教学难点：市场调查报告中常用的几种统计图形

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场营销与市场营销	2			
2	第二章 顾客价值与顾客满意	2			
3	第三章 市场营销环境分析	2			
4	第四章 消费者和组织市场购买行为分析	2			
5	第五章 目标市场营销战略	2			
6	第六章 竞争性市场营销战略	2			
7	第七章 市场营销组合产品策略	4			
8	第八章 市场调查概述	4			
9	第九章 观察法和访问法	4			
10	第十章 市场抽样及问卷调查法	4			
11	第十一章 市场调查报告的编写与陈述	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。最终成绩为平时成绩 60%，期末成绩 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节： 无

平行开设课程和教学环节： 无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

吴建安. 市场营销学（第五版）. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 菲利普·科特勒著，梅汝和等译. 营销管理（10年版）. 中国人民大学出版社.
2. 吴晓云. 市场营销管理教程（第二版）. 天津大学出版社.
3. 柯惠新, 立宏. 市场调查. 高等教育出版社.
4. 陈启杰. 市场调查技术. 高等教育出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《金融学 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Finance

课程代码: BU272001/BU252Z12

课程类别: 学科任选/一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

本课程是工商管理、市场营销专业的学科任选课程。通过该课程的学习,使学生掌握货币与货币制度、信用与利息、金融工具、金融市场与金融创新、商业银行、中央银行、其他金融机构与业务、货币需求与供给、货币政策、国际收支与外汇、金融体系构建等方面内容。帮助学生奠定扎实的金融学知识,创造性地解决金融问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

第一章 货币与货币制度

第一节 货币的产生与发展

第二节 货币的本质与职能

第三节 货币制度

第二章 信用与利息

第一节 信用概述

第二节 现代信用形式

第三节 利息与利息率

第三章 负债业务的经营管理

第一节 金融工具概述

第二节 票据

第三节 债券

第四节 股票

第五节	证券投资基金
第四章	金融市场与金融创新
第一节	金融市场概述
第二节	货币市场
第三节	资本市场
第四节	金融创新
第五章	商业银行
第一节	商业银行概述
第二节	商业银行的负债业务
第三节	商业银行的资产业务
第四节	商业银行的其他业务
第五节	商业银行的经营管理
第六章	中央银行
第一节	中央银行概述
第二节	中央银行的主要业务
第七章	其他金融机构与业务
第一节	其他金融机构概述
第二节	保险业务
第三节	信托业务
第八章	货币需求与供给
第一节	货币需求
第二节	货币供给
第四节	通货膨胀
第五节	通货紧缩
第九章	货币政策
第一节	货币政策最终目标
第二节	货币政策工具
第三节	货币政策的中介目标和传导机制
第三节	货币政策的效应
第十章	国际收支与外汇
第一节	国际收支
第二节	外汇与汇率

### 第三节 外汇市场与外汇交易

## 第十一章 国际金融体系构建

### 第一节 国际货币体系

### 第一节 国际货币体系

### 第二节 国际金融机构

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 货币与货币制度	2			
2	第二章 信用与利息	2			
3	第三章 负债业务的经营管理	4			
4	第四章 金融市场与金融创新	2			
5	第五章 商业银行	2			
6	第六章 中央银行	2			
7	第七章 其他金融机构与业务	4			
8	第八章 货币需求与供给	6			
9	第九章 货币政策	4			
10	第十章 国际收支与外汇	2			
11	第十一章 国际金融体系构建	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，考核方式为论文形式，平时成绩 40%，期末成绩 60%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学

后续课程和教学环节：财务分析、国际贸易理论与实务

平行开设课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、会计学。

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

马小南. 金融学（第二版）. 高等教育出版社.

**（二）主要参考书目**

1. 戈来比. 国际金融市场（第三版）. 中国人民大学出版社.
2. 易臣戈瑞. 金融危机与防范管理. 经济科学出版社.
3. 王广谦. 中央银行学. 高等教育出版社.
4. 瓦时. 货币理论与政策. 人民大学出版社.

**制订人：黄承辰**

**审核人：史嵘**

**审定人：余晓红**

# 《国际金融 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: International Finance

课程代码: BU272003

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、工商管理

## 二、教学目标与要求

国际金融主要研究国际间的货币金融关系, 主要包括国际收支、国际储备、外汇汇率、汇率制度、国际金融市场、国际资本流动、国际货币体系和国际金融机构等方面的内容。通过本课程学习, 可使学生明确国际金融研究方向, 开拓国际视野, 全面深化知识结构。

要求学生能了解课程的体系、内容结构, 对国际金融有一个总体的把握, 学生应掌握其中的基本概念、基础知识与基础理论, 了解国际金融领域的最新发展动态以及当今一系列热点问题, 并能运用相关知识对有关问题进行分析, 为以后从事金融行业奠定基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际收支

第一节 国际收支平衡表的内容

第二节 国际收支不平衡的原因、影响

第三节 国际收支不平衡的政策调节措施

第四节 内外均衡冲突与政策搭配

第五节 国际储备的规模(数量)管理

重点: 国际收支平衡表

难点: 国际收支不平衡的调节、内外均衡冲突与政策搭配

#### 第二章 外汇与汇率

第一节 汇率的标价方法

第二节 汇率的决定基础

第三节 影响汇率变动的影响因素

第四节 汇率变动对经济的影响

重点：汇率概述

难点：汇率变动影响

### 第三章 外汇市场与外汇交易

第一节 几种主要的外汇交易

第二节 外汇风险及其防范

重点：外汇种类

难点：外汇交易过程

### 第四章 汇率制度与外汇管制

第一节 汇率制度及类型

第二节 固定汇率制与浮动汇率制的利弊

第三节 外汇管制的方式

第四节 货币可兑换的含义及其条件

重点：汇率制度种类

难点：外汇管制

### 第五章 国际金融市场

第一节 传统的国际金融市场的内容

第二节 欧洲货币市场

第三节 金融衍生工具的主要类型

重点：金融市场内容

难点：欧洲货币市场

### 第六章 国际资本流动

第一节 国际资本流动的类型及原因

第二节 国际资本流动与国际债务危机

重点：国际资本流动

难点：国际资本流动

### 第七章 国际货币体系

第一节 国际货币体系概述

第二节 国际货币体系的演变

重点：国际货币体系的演变

难点：国际货币体系的演变

## 第八章 国际金融组织

第一节 国际金融组织概述

第二节 国际货币基金组织

第三节 世界银行集团

重点：国际金融机构类型

难点：国际金融机构业务

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 国际收支	6			
2	第二章 外汇与汇率	4			
3	第三章 外汇市场与外汇交易	6			
4	第四章 汇率制度与外汇管制	4			
5	第五章 国际金融市场	4			
6	第六章 国际资本流动	4			
7	第七章 国际货币体系	2			
8	第八章 国际金融组织	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末考试成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：西方经济学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

姜波克. 国际金融新编（第五版）. 复旦大学出版社.

**（二）主要参考书目**

1. （美）克鲁格曼. 国际经济学：理论与政策（下）. 中国人民大学出版社.
2. 陈雨露. 国际金融. 中国人民大学出版社.

**制订人：钱燕**

**审核人：史嵘**

**审定人：余晓红**

# 《报关业务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名：报关业务 Customs Declaration Practice

课程代码：BU272004

课程类别：学科任选

学 时：32

学 分：2

适用专业：工商管理、市场营销、物流管理、物流管理（国际）

## 二、教学目标与要求

### （一）教学目标

本课程作为物流管理、工商管理和市场营销各专业的任选课程，任务是使学生了解国际贸易过程中进出口货物海关的通关流程，掌握不同贸易方式下海关业务的办理；培养学生良好的职业素质，使学生具备从事报关及相关工作的专业能力。

### （二）通过本课程的学习，学生基本应达到以下要求

1. 了解海关的基本知识及进出口货物的国家管制；
2. 熟悉各种进出口货物报关的模式与流程。

## 三、教学内容及学时数分配

### （一）教学内容

#### 第一章 报关与海关管理

基本内容：海关的概况、报关注册登记制度、海关对报关企业及报关员的管理

重点：了解海关的概况及海关报关注册登记制度、通晓海关如何对报关员及报关企业进行管理的。

难点：海关对报关企业的管理；海关职能

#### 第二章 对外贸易管制

基本内容：进出口许可制度、国家对机电产品和重要工业品的进口管制、商品的检验、检疫制度、国家对进出口货物付收汇的管理、国家对出口退税的管理

重点：了解我国对进出口货物的经营权限，禁止、限制，品质管理，收付汇等涉及政治、经济、文化、卫生等诸多方面制定的法律、法规以及具体的进出境管制要求

难点：对外贸易管制的五个关键字“证”、“备”、“检”、“核”、“救”

### 第三章 进出口货物的报关程序

基本内容：一般进出口货物、保税货物、特定减免税货物、转关运输货物及其它各种进出口货物的报关要点和报关程序

重点：了解各种进出口货物的报关流程及具体的监管规定

难点：不同类型保税货物的报关程序

### 第四章 进出口货物税费缴纳

基本内容：关税、进出口货物关税缴纳、海关代征的税、费、关税的减免、退补及纳税争议

重点：了解海关征收的各种税、费的种类和特点，掌握相关税、费政策与税则

难点：完税价格的审定原则和方法

### 第五章 进出口商品归类

基本内容：进出口商品的归类方法

重点：了解《商品名称及编码协调制度》的特点及归类规则；熟悉进出口商品海关编码的查询方法

难点：运用商品归类方法对具体商品进行准确归类

### 第六章 进出口货物报关单的填制

基本内容：进出口货物报关单的含义、类别、作用、内容、填制规范

重点：了解进出口货物报关的类别与用途，掌握进出口货物报关单具体内容及各栏目的填制规范与要求

难点：同一性质货物报关单各栏目的对应性

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 报关与海关管理	6	0	0	
2	第二章 对外贸易管制	4	0	0	
3	第三章 进出口货物的报关程序	6	0	0	
4	第四章 进出口货物税费缴纳	6	0	0	
5	第五章 进出口商品归类	6	0	0	
6	第六章 进出口货物报关单的填制	4	0	0	
合计		32	0	0	
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

考核方式采用平时平均成绩与期末考试成绩相结合的方法。其中期末考试采用开卷做小论文的方式考核，内容考核为对基本知识和理论的综合运用。

两者结合产生的总评成绩采用五级制评分标准，分为优、良、中、及格和不及格五档，评定办法如下：

- 1) 总评成绩由平时平均成绩（占 60%）以及期末考试成绩（占 40%）构成；
- 2) 平时平均成绩由出勤、作业、课堂答问构成，各占平时平均成绩的 40%、30% 和 30%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：国际贸易或国际物流相关课程

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

武晋军主编. 报关实务（2 版）. 电子工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 谢国娥. 海关报关实务（5 版）. 华东理工大学出版社.
2. 唐超平. 进出境货物报关实务. 对外经济贸易大学出版社.
3. 钱华. 报关理论与实践. 电子工业出版社.
4. 姚永超，王晓刚. 中国海关史十六讲, 复旦大学出版社.

制订人：陈大艳

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《创业管理 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Entrepreneurial Management A

课程代码: BU272005/BU252Z17

课程类别: 学科任选/一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理、金融工程、旅游管理、工商管理(专转本)

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

本课程为工商管理 and 市场营销等专业选修或必修课程,通过本课程的学习使学生掌握创业理论和方法,理解企业家精神培育、企业创新体系、创业过程分析、创业机会与商业模式分析、创业计划撰写、创业团队组建、创业融资、创业企业战略管理、管理创业企业成长以及公司内创业等内容,结合专业讲座拓宽视野,培养学生的创业意识与能力。

### (二) 创业管理课程的基本要求:

1. 培养创业观念、素质和能力
2. 掌握企业创新体系、创业过程分析与商业模式分析等重要内容
3. 能撰写创业计划,进行创业团队组建,并了解创业融资渠道
4. 能运用所学知识进行企业的创业占领分析

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 创业概述

第一节 创业的基本概念

第二节 创新与创业

第三节 创业管理

本章重点及难点: 创新与创业的基本概念及相关理论

## 第二章 创业机会识别

- 第一节 创业机会的概念
- 第二节 创业机会的来源
- 第三节 创业机会的识别思路
- 第四节 创业机会的识别方法
- 第五节 创业机会的识别过程
- 第六节 创业项目的选择
- 第七节 创业风险识别
- 第八节 商业模式的开发

本章重点：创业机会的识别思路、识别方法、识别过程， 创业项目的选择。

本章难点：创业风险的识别和商业模式的开发

## 第三章 创业团队

- 第一节 创业者
- 第二节 创业团队的概念
- 第三节 团队的组建
- 第四节 团队的管理

本章重点：创业者的应具备的基本素质与素养。

本章难点：创业团队的组建于管理。

## 第四章 商业计划书

- 第一节 商业计划书概述
- 第二节 商业计划书的撰写准备
- 第三节 商业计划书的撰写

本章重点：商业计划书的撰写准备。

本章难点：商业计划书的撰写。

## 第五章 创业融资

- 第一节 融资方式
- 第二节 融资方式选择
- 第三节 融资步骤

本章重点及难点：融资方式选择。

## 第六章 创建新企业

- 第一节 创建新企业的相关法律问题
- 第二节 企业法律组织形式及选择

第三节 企业名称的设计

第四节 企业地址的选择

第五节 企业登记注册

第六节 新企业的伦理问题

本章重点：企业法律组织形式及选择。

本章难点：企业名称的设计、企业地址的选择、企业登记注册。

## 第七章 初创企业组织管理

第一节 初创企业的概念

第二节 企业组织管理的概念

第三节 初创企业组织结构的设置

第四节 建立健全企业责权体系

第五节 加强企业组织制度建设

本章重点：初创企业组织结构的设置。

本章难点：企业组织制度建设。

## 第八章 初创企业战略管理

第一节 企业战略的重要性

第二节 企业战略的含义、特征及类型

第三节 企业战略管理

第四节 初创企业的战略思考

本章重点：企业战略的含义、特征及类型。

本章难点：初创企业的战略思考。

## 第九章 初创企业营销管理

第一节 市场营销管理概念

第二节 市场定位

第三节 市场营销组合

第四节 初创企业的 4P 营销

第五节 产品生命周期的营销策略

本章重点：市场定位、市场营销组合、初创企业的 4P 营销。

本章难点：产品生命周期的营销策略。

## 第十章 初创企业生产管理

第一节 生产管理概念

第二节 生产管理具体任务

### 第三节 生产管理手段

本章重点：生产管理具体任务。

本章难点：生产管理手段。

## 第十一章 初创企业财务管理

### 第一节 财务管理基础知识

### 第二节 三大财务报表

### 第三节 财务分析

### 第四节 财务预算

### 第五节 税务基础知识

### 第六节 初创企业财务管理策略与合理避税方法

本章重点：三大财务报表、财务分析、财务预算。

本章难点：初创企业财务管理策略与合理避税的方法。

## 第十二章 初创企业运营管理综合实训

### 第一节 实训目的和任务

### 第二节 实训条件与要求

### 第三节 实训步骤与内容

### 第四节 实训报告

本章重点：实训步骤与内容。

本章难点：创业综合实训。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 创业概述	2			
2	第二章 创业机会识别	4			
3	第三章 创业团队	2			
4	第四章 商业计划书	4			
5	第五章 创业融资	2			
6	第六章 创建新企业	2			
7	第七章 初创企业组织管理	2			
8	第八章 初创企业战略管理	2			
9	第九章 初创企业营销管理	4			
10	第十章 初创企业生产管理	2			
11	第十一章 初创企业财务管理	2			
12	第十二章 初创企业运营管理综合实训			4	

合计	28		4	
	32			

### (三) 实验、上机相关内容

#### 本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	创业素质测评、创业能力训练	2		
2	创业综合模拟实训	2		

注：使用创业之旅、创业之星实训软件（其中创业之星是“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛的指定使用软件）

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，成绩评定方式为平时成绩占 60%（包括考勤、课堂发言、作业情况及上机实习等），期末考查占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、微观经济学、宏观经济学、市场营销学

后续课程和教学环节： 电子商务、管理信息系统

平行开设课程和教学环节：财务管理

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

孙德林等编著. 创业基础教程. 高等教育出版社.

注：该教材为“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛使用教材

### (二) 主要参考书目

1. 魏恂成、姜伟主编. 创业学. 机械工业出版社.

2. 姜彦福主编. 创业管理学. 清华大学出版社.

3. 王国红主编. 创业管理. 大连理工大学出版社.

4. 孙德林、黄林编著. 创业管理与技能. 经济管理出版社.

5. 梁巧转主编. 创业管理. 北京大学出版社.

制订人：刘华

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《经济系统预测与分析》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Analysis and forecasting of Economic Systems

课程代码: BU272006

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

经济系统预测与分析是物流管理专业任选课之一,本课程旨在引导学生学以致用并培养其科学地进行经济预测和分析研究,为社会经济预测和决策服务的能力。通过系统学习经济预测与分析的专门知识和相关案例,使学生熟悉和理解预测与决策的有关概念,掌握预测与决策中的一般规律、基本原理和相关技术,初步具备解决经济预测与决策中的实际问题的能力。

### (二) 基本要求

- 1、要求学生对预测与分析的基本概念和基本分析方法有明确的认识。
- 2、能够熟练掌握一元回归分析预测、多元回归预测法、时间序列趋势外推预测等方法,并能对实际经济问题进行预测。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 经济预测概述

第一节 经济预测的基本概念

第二节 经济预测的意义

第三节 经济预测的分类

第四节 经济预测的原理和基本步骤

第五节 经济预测的准确度

基本要求: 掌握经济预测的基本概念, 研究内容, 作用等。掌握经济预测种类、基本要素, 了解其发展概况。通过该章学习, 以期使得学生对认识到这么课程的重要性,

引起学习兴趣。

## 第二章 定性经济预测方法

### 第一节 头脑风暴法

### 第二节 德尔菲法

### 第三节 主观概率法

### 第四节 其他定性预测方法

### 第五节 德尔菲法预测案例

基本要求：掌握头脑风暴法、德尔菲法以及其他定性预测法，掌握其优缺点及适用情况。

## 第三章 回归分析预测法

### 第一节 一元线性回归分析预测法

### 第二节 多元线性回归分析预测法

### 第三节 非线性回归分析预测法

### 第四节 进行回归分析预测时应注意的问题

### 第五节 多元回归分析预测案例

基本要求：熟练掌握一元线性回归模型和多元线性回归模型的运用。尝试利用模型解决现实生活中的积极问题，并找出其中存在的经济原理，将理论合理的应用于实践。

## 第四章 时间序列分析预测法

### 第一节 时间序列分解法

### 第二节 移动平均法

### 第三节 指数平滑法

### 第四节 自适应过滤预测法

### 第五节 三次指数平滑法预测案例

基本要求：了解时间序列平滑预测方法的背景，掌握各种平滑技术及方法的具体应用，能够使用时间序列平滑预测方法进行具体的预测。

## 第五章 马尔科夫预测法

### 第一节 马尔科夫链的基本概念

### 第二节 状态概率的估算

### 第三节 马尔科夫链在经济预测方面的应用

### 第四节 马尔科夫预测案例

基本要求：了解马尔柯夫链方法的背景，掌握马尔柯夫链方法在市场占有率等预测问题中的作用，会运用马尔柯夫链方法来分析经济现象变化并预测未来的状况。

## 第六章 经济决策概述

第一节 经济决策的基本概念

第二节 经济决策的分类

第三节 经济决策的一般程序

第四节 经济决策与经济预测的关系

基本要求：了解经济决策的概念，掌握经济决策的方法和程序。

第七章 确定型决策

第一节 确定型决策的基本概念

第二节 盈亏分析决策

第三节 微分极值决策

第四节 线性规划决策法

第五节 微分极值法决策案例

基本要求：了解确定型决策的概念，掌握几种常用的确定性决策方法。

第八章 对策论及其应用

第一节 对策论的基本概念

第二节 纳什均衡

第三节 混合策略和纳什均衡的存在性

第四节 对策论案例

基本要求：掌握对策论的基本概念，了解纳什均衡的定义及其意义，以及混合纳什均衡存在性的证明和对策论在实际中的应用。

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	课程导入及第一章经济预测的基本原理	2			
2	第二章 市场调查预测	2			
3	第三章 专家判断预测	8			
4	第四章 一元线性回归预测	6			
5	第五章 多元线性回归预测	4			
6	第六章 序列相关和异方差的处理	2			
7	第七章 时间序列趋势外推预测	4			
8	第八章 关于预测精确性研究与预测评价	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

成绩评定方式：平时成绩 60%，包括考勤、平时作业成绩、课堂表现成绩；期末成绩 40%，开卷考试。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：概率论与数理统计、微观经济学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

朱建平. 经济预测与决策. 厦门大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 张守一. 市场经济与经济预测. 中国社会科学文献出版社.
2. 周雄鹏. 经济预测与决策. 立信会计出版社.
3. 冯文权. 经济预测与决策技术. 武汉大学出版社.
4. 暴奉贤. 经济预测与决策方法. 暨南大学出版社.

制订人：王佳

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《统计分析软件》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Statistics Analysis Software

课程代码: BU272007

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、工商管理、市场营销、金融工程、物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学目标

本课程以统计分析应用为主, 简要介绍各种统计分析方法的基本思想和基本概念; 重点讲述操作方法。本课程主要以 SPSS 软件为主, 同时也适当介绍其他统计分析软件, 如 Eviews、SAS 等软件。讲解过程结合具体的实例, 从方法选择、数据文件结构、操作步骤和结果分析方面进行讲解。

### (二) 本课程的基本要求

1. 学会 SPSS 软件的操作;
2. 掌握统计分析方法;
3. 学会几种统计分析法的软件应用。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 数据文件的建立与编辑

##### 第一节 数据编辑器与数据文件

##### 第二节 常量、变量、观测量、操作符和表达式

##### 第三节 数据的录入、编辑数据文件

基本要求: 学会数据文件的建立及编辑。

#### 第二章 基本统计分析

##### 第一节 频数分布表

##### 第二节 描述统计分析过程

##### 第三节 探索分析、交叉表、OLAP 报告摘要表

基本要求：学会各类基本统计分析。

### 第三章 方差分析、相关分析与回归分析

#### 第一节 方差分析

#### 第二节 相关分析

#### 第三节 回归分析

基本要求：学会方差分析、相关分析与回归分析的操作和应用。

### 第四章 主成分分析与因子分析

#### 第一节 主成分分析

#### 第二节 因子分析

基本要求：理解主成分分析与因子分析的内涵及应用范围，学会主成分分析与因子分析的操作和应用。

### 第五章 聚类分析

#### 第一节 聚类分析基本原理

#### 第二节 聚类分析的操作方法

基本要求：学会聚类分析的操作和应用。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	数据文件的建立与编辑	2		2	
2	基本统计分析	2		2	
3	方差分析、相关分析	2		2	
4	回归分析	2		2	
5	主成分分析与因子分析	2		2	
6	聚类分析	2		2	
7	复习	2		2	
8	答疑及上机考查	2		2	
合计		16		16	
		32			

### (三) 实验、上机相关内容

本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	数据文件的建立与编辑	2		
2	基本统计分析	2		
3	方差分析、相关分析	2		
4	回归分析	2		
5	主成分分析与因子分析	2		
6	聚类分析	2		
7	上机复习	2		
8	上机考查	2		

### 四、相关说明

#### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末采用上机考试。平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

#### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：应用统计

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

### 五、教材和主要参考书目

#### (一) 教材

卢纹岱. SPSS for Windows 统计分析(第 3 版). 电子工业出版社.

#### (二) 主要参考书目

1. 袁卫, 庞皓, 曾五一等. 统计学(第二版). 高等教育出版社.
2. 张文彤. SPSS 统计分析基础教程. 高等教育出版社.
3. 高铁梅. 计量经济分析方法与建模 EViews 应用及实例. 清华大学出版社.
4. 邵建利. SAS 应用统计实验. 上海财经大学出版社.

制订人：徐国泉

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《跨国公司经营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Transnational Corporation Management

课程代码: BU272008

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销、工商管理

## 二、教学目标与要求

《跨国公司经营与管理》主要是针对目前国际资本流动的大趋势进行深入研究,研究了跨国公司长期以来的在世界范围内的投资的原因和策略,通过对其学习可以使学生对世界经济发展过程中的国际资本流动有初步了解,因此,学生在学习过程中不能仅仅限于课本内容,应该更多地通过各种途径了解跨国公司的各种投资动态。

基本要求: 本课程主要介绍跨国公司的定义、理论及其经营和管理战略。通过本课程的学习,使学生能够掌握跨国公司经营管理的基本概念、基本理论,掌握跨国公司的投资战略、营销管理、人力资源管理、财务管理、组织管理等基本知识和基本方法,了解跨国公司实践的最新发展和我国企业国际化进程的现状和趋势。本课程注重理论与实践相结合,在理论教学的基础上,积极开展案例教学,使学生能够利用所学知识解决跨国公司在国际市场上从事经营管理活动遇到的实际问题,以此提高分析问题与解决问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 跨国公司概述

第一节 跨国公司的定义和特征

第二节 跨国公司的构成和类型

第三节 跨国公司的形成和发展

第四节 跨国公司对世界经济所起的作用

第五节 跨国公司对发展中国家经济的影响

课程内容和基本要求: 了解跨国公司定义、其发展深化规律及对世界经济发展的

影响，重点需要掌握跨国公司对中国经济发展的影响。

## 第二章 跨国公司理论

### 第一节 跨国公司理论的演变

### 第二节 垄断优势理论

### 第三节 产品周期理论

### 第四节 边际产业扩张理论

### 第五节 内部化理论

### 第六节 国际生产折衷理论

课程内容和基本要求：国际大公司跨越国界投资的原因及对其原因分析而产生的各种理论。重点掌握跨国公司发展的历史及相关理论，跨国公司进入中国投资的主要原因。

## 第三章 跨国公司的全球战略

### 第一节 跨国公司战略的演变

### 第二节 跨国公司全球战略的定义和特征

### 第三节 跨国公司全球战略的基本内容

### 第四节 跨国公司全球战略的类型

### 第五节 跨国公司全球战略管理过程

课程内容和基本要求：了解跨国公司进行全球战略管理的原因，掌握跨国公司战略管理的定义、特征和类型，重点掌握目前跨国公司的全球战略主要有哪些。

## 第四章 跨国公司对外直接投资

### 第一节 跨国公司对外直接投资概述

### 第二节 对外直接投资的动因与条件

### 第三节 对外直接投资环境分析

### 第四节 对外直接投资的可行性研究

### 第五节 对外投资的所有权与控制权

### 第六节 对到国外直接投资的鼓励和投资保证

课程内容和基本要求：了解跨国公司对外直接投资的原因，掌握跨国公司对外直接投资的条件、环境、可行性分析，重点了解跨国公司对外投资时最关注东道国哪些禀赋条件，对外投资的所有权与控制权状况以及鼓励和投资保障。

## 第五章 跨国公司技术转让

### 第一节 技术与技术转让概述

### 第二节 跨国公司技术转让的方式

### 第三节跨国公司的技术转让策略

### 第四节技术转让定价与转让支付方式

### 第五节技术转让的政策因素及管理控制

课程内容和基本要求：了解目前跨国公司技术转让现状、方式、策略、定价、支付方式及管理控制，重点掌握技术转让的具体策略、定价和支付方式。

## 第六章 跨国公司的经营方式

### 第一节跨国公司的股权经营方式

### 第二节跨国并购

### 第三节跨国公司的非股权经营方式

### 第四节跨国战略联盟

### 第五节影响跨国公司选择经营方式的因素

课程内容和基本要求：了解跨国公司有哪些经营方式及各方式的特点，重点掌握跨国公司对不同时期和不同地区采取不同经营方式的原因。

## 第七章 跨国公司的组织管理

### 第一节跨国公司的组织结构概述

### 第二节跨国公司组织结构的基本形式及选择

### 第三节跨国公司的管理控制体制

课程内容和基本要求：了解跨国公司的组织管理特点、组织结构的形式及选择、控制体制，重点掌握跨国公司的管理控制体制。

## 第八章 跨国公司的营销管理

### 第一节跨国公司的目标市场营销策略

### 第二节跨国公司的国际市场定位

### 第三节跨国公司的国际营销组合策略

### 第四节跨国公司的市场竞争策略

### 第五节跨国公司的转移价格策略

课程内容和基本要求：了解跨国公司营销在全球营销的组合策略、竞争策略、转移价格策略，重点掌握跨国公司在不同地区使用不同营销策略的原因、具体策略。

## 第九章 跨国公司的财务管理

### 第一节跨国公司财务管理的职能与财务控制

### 第二节跨国公司的筹资决策

### 第三节跨国公司的财务转移

### 第四节跨国公司的资金运用

## 第五节 跨国公司的外汇风险管理

课程内容和基本要求：了解跨国公司融资策略，重点掌握跨国公司资金运用和风险管理。

## 第十章 跨国公司人力资源管理

### 第一节 跨国公司人力资源管理概述

### 第二节 跨国公司管理人员应具备的素质和能力

### 第三节 跨国公司的人事政策

### 第四节 驻外经理的选择与培训

### 第五节 多国籍员工的管理

### 第六节 跨国家调动

### 第七节 国际报酬政策

课程内容和基本要求：跨国公司人力资源管理策略，重点掌握跨国公司员工培训、薪酬体系和“退休”安排。

## 第十一章 跨国经营的国际规范

### 第一节 WTO 与跨国经营

### 第二节 联合国跨国公司行为守则

### 第三节 地区性和其他国际性规范

课程内容和基本要求：跨国经营的行为守则，重点掌握 WTO 与跨国经营的关系。

## 第十二章 我国企业跨国经营的战略选择

### 第一节 我国建立跨国公司的战略意义

### 第二节 我国企业跨国经营的现状及主要类型与模式

### 第三节 我国企业跨国经营发展的优劣势分析

### 第四节 我国企业跨国发展前景与面临的挑战

### 第五节 我国企业跨国经营的战略选择

课程内容和基本要求：我国企业跨国经济的现状，特别是其实施过程中的绩效，重点掌握我国企业实行中国经营的机遇和挑战。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	跨国公司概述、跨国公司理论	4			
2	跨国公司的全球战略、跨国公司对外直接投资	4			
3	跨国公司技术转让、跨国公司的经营方式	4			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
4	跨国公司的组织管理	4			
5	跨国公司的营销管理	4			
6	跨国公司的财务管理	4			
7	跨国公司人力资源管理	4			
8	跨国经营的国际规范、我国企业跨国经营的战略选择	4			
合计		32			
		32			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式为开卷。

最终课程的成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，其中平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：国际贸易实务、市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

李尔华编著. 跨国公司经营与管理. 首都经济贸易大学出版社.

##### (二) 主要参考书目

1. 原毅军编著. 跨国公司管理. 大连理工大学出版社.

2. 张岩贵著. 跨国公司全球竞争与中国. 中国经济出版社.

3. 阎海峰著. 跨国公司网络组织. 复旦大学出版社.

4. (美) 艾伦.C. 夏皮罗著, 浦军, 蒋屏译. 跨国公司财务管理基础. 中国人民大学出版社.

制订人：田雪莹

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《专业研究方法 A》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Research Methods

课程代码: BU272009

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理、金融工程、工商管理、市场营销、旅游管理

## 二、教学目标与要求

课程的任务: 课程主要内容包括研究计划书的撰写和评估, 研究设计方法, 数据收集方法, 数据分析及研究结果报告的表述。课程将结合理论、案例与实际操作, 使学生了解专业研究的基本范式和方法。

课程的基本要求: 通过专业研究方法的课程学习, 应能使 学生掌握或达到以下研究技能与目标: (1) 领会管理研究方法的内涵; (2) 了解当前管理研究的现状; (3) 了解管理研究方法范式; (3) 可评估, 选择, 及运用适当方法解决管理研究问题; (4) 能就其希望解决的问题设计合理的研究方案, 掌握数据收集和分析方法; (5) 了解学术论文撰写的基本范式; (6) 能批判性的评估相关研究成果。提高专业研究能力, 为后续的学年论文与毕业论文的撰写和研究奠定重要的专业研究基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 专业研究方法概论

##### 第一节 专业研究方法概念

##### 第二节 研究过程和科学问题提出

重点: 通过本章的学习, 掌握专业研究方法的 概念与主要原则, 专业研究的结构、研究方法的主要类型以及主要的研究目的, 并合理选择研究主题。

难点: 研究主题的选择注重科学性、合理性和可操作性三者的有效结合。

#### 第二章 专业研究过程与方法设计

##### 第一节 专业研究过程及主要步骤

## 第二节 研究方法的设计与原则

重点：通过本章的学习，掌握专业研究过程及主要步骤，以及研究方法的设计与原则。并加强实践运用，通过合理分组形成调研小组，在老师的指导下自主选择研究主题并设计研究方案。

难点：研究主题与研究方案相匹配。

## 第三章 数据收集方法

### 第一节 数据收集的方法与类型

### 第二节 数据收集过程的原则

重点：通过本章的学习，掌握定量分析与定性分析的区别与联系，并针对性地采用相应方法收集研究数据与信息。注重在数据和资料收集过程中的原则与伦理。

难点：数据收集的方法选择与实践。

## 第四章 统计分析方法及应用

### 第一节 统计分析的主要方法

### 第二节 统计分析的相关软件应用

重点：通过本章学习，掌握统计分析的主要方法，能够运用统计相关指标对研究数据进行正确的描述性分析；并进一步运用 EXCEL、SPSS、EIEWS 等软件进行相关计量经济分析。

难点：计量经济分析中的定量分析方法和运用。

## 第五章 研究论文的撰写和评判

### 第一节 研究论文的撰写要求与规范

### 第二节 论文评判标准

### 第三节 论文汇报应注意的主要问题

重点：通过本章学习，掌握专业研究论文的撰写及规范，以及进行论文汇报和展示时应注意的问题。

难点：研究论文的撰写规范。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 专业研究方法概论	6			
2	第二章 专业研究过程与方法设计	6			
3	第三章 数据收集方法	6			
4	第四章 统计分析方法及应用	6			
5	第五章 研究论文的撰写和评判	8			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式分为两部分：研究报告汇报和研究报告文稿提交；研究报告论文成绩占评定成绩的 60%，研究报告汇报占评定成绩的 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：应用统计、宏观经济学、微观经济学、管理学

后续课程和教学环节： 毕业论文

平行开设课程和教学环节： 无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

（美）唐纳德·R·库珀，（美）帕梅拉·S·辛德勒著. 郭毅，詹志俊主译. 商业研究方法. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 高鸿业. 西方经济学. 中国人民大学出版社.
2. 张晓峒. 计量经济学基础. 南开大学出版社.

制订人：史嵘

审核人：万正晓

审定人：余晓红

# 《质量管理与质量认证》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Quality Management and Quality Certification

课程代码: BU272010

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

质量管理与质量认证(Quality Management And Certify)是市场营销、工商管理专业的专业任选课,通过本课程的学习,使学生理解质量管理的原理、工作方法、产品的质量控制方法及质量认证体系的相关知识,从而了解企业实际工作中如何开展产品的质量管理工作,并能灵活运用质量认证体系知识解决企业各种相关实际工作。

### (二) 课程基本要求

通过对本课程的学习,要求学生能理解产品质量的概念及企业质量管理的工作目的及要求;对质量管理工作中运用的各种方法原理及操作方法能灵活掌握;能理解质量管理体系的设计原理及审核方法。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 质量管理概论

第一节 质量管理发展简史

第二节 质量管理重要术语

第三节 质量管理学的主要研究对象和主要内容

基本要求: 了解产品质量的定义及质量管理工作的重要性;

#### 第二章 质量数据的统计处理

第一节 质量数据的收集

第二节 质量数据的整理与图示

第三节 质量的变异性及统计特征量描述

第四节 生产过程质量的抽样分布及参数估计

基本要求：掌握产品质量数据的收集、处理方法；

### 第三章 统计过程控制（SPC）

第一节 SPC 及控制图原理

第二节 控制图的判稳与判异准则

第三节 过程能力及过程能力指数

基本要求：掌握 SPC 控制图的原理、绘制方法及使用方法。

### 第四章 休哈特控制图

第一节 休哈特控制图的种类及选用标准

第二节 常见的休哈特控制图的绘制方法

第三节 休哈特控制图的判稳与判异准则

基本要求：了解常见的休哈特控制图的种类、使用方法及绘制方法

### 第五章 质量检验与抽样检验理论

第一节 质量检验的概念及企业质量检验工作的主要工作内容

第二节 抽样检验的概念及抽样检验的两类错误

第三节 计数标准型抽样检验

第四节 计数调整型抽样检验

基本要求：掌握企业质量检验的工作内容及要求，抽样检验的方法及要求。

### 第六章 质量改进、试验设计

第一节 企业质量改进工作的概念、目的及意义

第二节 企业质量改进工作的常用方法

第三节 实验设计的概念及标准

基本要求：了解企业质量改进工作的主要内容及如何运用实验设计方法进行质量改进。

### 第七章 田口方法

第一节 田口方法的产生历史及运用现状

第二节 田口方法的三次实验步骤及原理

第三节 田口方法的运用方法

基本要求：掌握田口方法的工作原理、使用方法及运用场合。

### 第八章 质量机能展开

第一节 质量技能展开概述

## 第二节 质量技能展开简介

## 第三节 质量展开表的制作

基本要求：掌握质量技能展开的原理及运用方法。

# 第九章 质量成本与经济性分析

## 第一节 质量成本

## 第二节 质量经济性

基本要求：理解质量成本的概念、组成及质量经济性分析的主要内容与方法

# 第十章 服务质量管理

## 第一节 服务与服务质量管理概述

## 第二节 服务质量的评估

基本要求：掌握服务质量的评估、服务质量评估与管理方法方法。

# 第十一章 六西格玛管理

## 第一节 六西格玛的诞生与发展

## 第二节 六西格玛的内容

## 第三节 六西格玛水平和不合格品率

基本要求：掌握六西格玛的产生、概念、主要内容与运用方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	质量管理概论	3			
2	质量数据的统计处理	3			
3	统计过程控制 (SPC)	3			
4	休哈特控制图	3			
5	质量检验与抽样检验理论	3			
6	质量改进、试验设计	3			
7	田口方法	3			
8	质量机能展开	3			
9	质量成本与经济性分析	3			
10	服务质量管理	3			
11	六西格玛管理	2			
合计		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，考核方式为论文形式，平时成绩 60%，期末成绩 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

孙静主编. 质量管理学（第三版）. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目：

1. (美) 威廉·拉扎克 (William J. Latzko). 戴明管理四日谈. 中国商业出版社.
2. 谢建华. 质量管理体系 ISO90021&TS16949 最新应用实务. 中国同济大学出版社.
3. 王新平. 企业质量管理体系认证有效性的实证. 中国知识产权出版社.
4. 马逢时. 六西格玛管理统计指南. 中国人民大学出版社.

制订人：易雅馨

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《商务英语》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Business English

课程代码: BU272011

课程类别: 学科任选

学时: 32

学分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销

## 二、教学目标与要求

本课程针对的是已掌握英语基础知识的高年级学生。通过该课程的学习,使学生在掌握语言技能的同时又能了解当代国际商务的现状,在体验商务中学习语言并提高商务交际的能力,形成语言与专业知识的良性互动,培养既有良好英语能力又具备专业知识的复合型人才。课文全部选自世界著名商务英语报刊、杂志、网站及学术刊物,内容及题材力求多样化,涵盖当今国际经济贸易和商务的各个重要领域,注重理论联系实际,设计多种商务仿真、模拟练习,因此要求学生课前主动查找背景资料,课堂上积极参与各个教学环节,课后完成各类练习。基本的要求有:学会查阅补充材料,通过独立工作加深对课文的理解;掌握较难的语言点,与专业知识融会贯通;掌握常见的各种修辞技巧,以助于提高欣赏英文原文的能力;熟悉各类商务文本的体例、规范要求和写作技巧,全面提高运用英语书面语言进行有效的商务沟通的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

Unit 1: Advertisement. In this unit, students are supposed to answer questions like “What advertising media are commonly used in our daily life?”, “What’s your favorite advertising medium? Why?”, “Do you think advertisements are sometimes deceptive? Could you cite some examples?”, etc. Students should be well-prepared to take part in the class activities. They are also required to learn how to write a business letter with an

appropriate envelope.

Unit 4: Markets. In this unit, please think over and then answer questions like “How can a new product capture the competitive market?”, “Why is the natural food market becoming more and more flourishing?”, etc. Try to finish reading materials apart from Reading I, and do corresponding exercises. For the writing skill of this unit, students need to learn how to write a letter of order or of adjustment.

Unit 5: Secret to Success. After reading the first text, try to answer these questions: What type of people are more likely to rise to the top in today’s business world? How do you define success? Share a story of your own success with the whole class. Learn to write a letter of compliant.

Unit 7: Investment. Think about and answer the following questions: What will you take into account if you are to invest in a foreign country? How can foreign investment help to boost China’s economic development? Please be well-prepared to take part in the class activities. Learn how to write a letter of packing and shipment.

Unit 8: Services. Please preview the contents of the unit and answer the following questions: Which is more important to a customer, good value for money or good after-sales service? Why? How can businesses better their customer service in today’s highly competitive marketplace? Try to do exercises of each section to consolidate what you learn from the materials. Finally, learn the skill of writing a letter of payment.

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	Unit 1: Advertisement	6			
2	Unit 4: Markets	6			
3	Unit 5: Secret to Success	6			
4	Unit 7: Investment	6			
5	Unit 8: Services	6			
6	Review	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课，考核方式为考查。成绩构成为平时成绩 60%，期末成绩 40%，平时成绩由出勤、课堂练习、课后练习、课堂表现等组成，期末成绩由考查结果决定。最终成绩评定为五级制。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：大学英语（一）、大学英语（二）、大学英语（三）、大学英语（四）

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

谢丹焰主编，新编商务英语综合教程(第 2 册). 清华大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 何晴霞, 田国民主编. 实用商务英语阅读. 东南大学出版社.
2. 李荣庆主编. 商务英语实训教程 1. 对外经济贸易大学出版社.
3. 李荣庆主编. 商务英语实训教程 2. 对外经济贸易大学出版社.
4. Elfed Roberts, Phillip Bruce. Business English Communication. 复旦大学出版社.

制订人：柯英

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《投资项目分析》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Analysis of Investment Projects

课程代码: BU272012

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

投资项目分析 (Analysis of Investment Projects) 是工商管理投资与理财管理方向学生的专业限选课, 本课程的任务是向工商管理有关专业管理方向学生系统介绍有关投资项目进行可行性分析的概念、原理、方法和基本操作要领及其综合应用的知识。涉及投资项目周期与前期管理阶段的划分、可行性分析的基本原理和项目无大评价等方面的具体内容。

基本要求:

- 1、训练学生会应用各类对投资项目进行可行性分析的基础理论和方法
- 2、初步形成进行投资项目可行性分析的基本思维模式
- 3、能按照投资项目可行性分析报告大纲的要求初步掌握编写报告的主要技巧

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 进行投资项目可行性分析的基本思路

##### 第一节 为什么要进行投资项目的可行性分析

##### 第二节 进行投资项目可行性分析的基本思路和一般方法

基本要求: 了解进行项目前期管理涉及的基本问题, 掌握项目可行性分析的基本思路和一般的分析评价方法。

重点: 项目可行性分析基本思路的五大分析评价环节

难点: 项目来源与市场, 物质技术实现条件、国民经济分析、环境保护与社会效果分析等问题与概念的引出

## 第二章 投资项目进行可行性分析的基本原理

### 第一节 投资项目可行性分析工作阶段的划分及要求

### 第二节 投资项目的机会分析与项目建议书

### 第三节 项目的初步可行性分析与详细可行性分析

### 第四节 对项目可行性分析的再评价——项目评估原理

基本要求：了解项目前期管理阶段的划分，掌握项目机会分析的基本思路，了解项目初步可行性和详细可行性分析的基本要求，初步了解如何进行项目再评价的方法。

重点：机会分析与市场的关系

难点：项目平谷与可行性分析的关系

## 第三章 投资项目可行性分析的基本方法

### 第一节 项目的市场分析及其基本方法(调查与预测)

### 第二节 项目的物质技术条件分析

### 第三节 项目的经济性分析及其方法间的相互关系

### 第四节 项目的环境效益评价

### 第五节 项目的社会效益评价

基本要求：了解项目市场分析涉及的基本问题，掌握进行项目市场分析的基本思路和方法，了解项目物质技术条件分析的要求，掌握其经济性分析的方法。了解环境性和社会性分析涉及的主要内容，知道如何进行项目的环境与社会效益综合评价。本章是全课程的关键环节所在，要求能初步掌握和运用有关重点与难点。

重点：财务效益分析、国民经济评价、二者关系，

难点：市场需求预测与项目建设规模的确定、资金时间价值、CFD、评价指标

## 第四章 项目的总评价与多方案比选及定量分析问题

### 第一节 项目不确定性分析中的定量问题

### 第二节 项目的多方案比选

### 第三节 项目的总评价

基本要求：了解项目不确定性分析的基本思路，了解项目多方案比选的基本要求，初步了解如何进行项目的综合总评价，要掌握其中的指标和判则规律。

这是本课程的另外一个重点和难点所在。应能建立起初步的分析基础。

重点：多方案比选（5大分析均需做，特别是经济性分析必须做）

难点：比选前提与基础

## 第五章 项目前期研究的成果及其表达

### 第一节 项目前期研究成果的一般问题

## 第二节 项目可行性分析的基本大纲要求

### 第三节 投资项目可行性分析报告的格式规范

基本要求：了解项目前期研究成果表达所涉及的基本问题，掌握项目可行性分析的基本大纲要求，初步掌握如何进行项目投资可行性分析评价的报告的撰写方法。

重点：报告的10大基本内容

难点：报告的规范性要求

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	进行投资项目可行性分析的基本思路	1			
2	投资项目进行可行性分析的基本原理	2			重点
3	投资项目可行性分析工作阶段的划分及要求	2			
4	投资项目的机会分析与项目建议书	2			
5	项目的初步可行性分析与详细可行性分析	2			
6	对项目可行性分析的再评价——项目评估原理	2			
7	投资项目的可行性分析的基本方法	1			
8	项目的市场分析及其基本方法(调查与预测)	2			重点
9	项目的物质技术条件分析	1			难点
10	项目的经济性分析问题	1			重点
11	财务效益与国民经济评价及其方法间的相互关系	2			难点
12	项目的环境效益评价	1			
13	项目的社会效益评价	1			
14	项目不确定性分析中的定量问题	2			难点
15	项目的多方案比选与项目总评价	2			难点
16	小结与复习	2			
合计		28			4
		32			

#### (三) 实践环节和要求

通过授课期间特别是后期分组独立进行的模拟“关于某地区某类(种)投资项目可行性分析”的实践,训练学生将理论与实践结合起来的能力,会具体应用可行性分析于投资活动。

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

#### 1、教学和考核方式：

本课程为考查课

总成绩由平时成绩 60% 以及期末卷面成绩试卷 40% 构成。

#### 2、习题：

(1) 问答题：每章布置 1~3 题；(2) 补充思考题

(3) 计算题：在讲完第三、四章后，每章选择 2~3 题

#### 3、能力培养要求：

通过本课程学习，要求学生掌握有关投资分析理论的基本思路，培养学生初步具有对具体投资项目如何就其中市场需求、技术、经济、社会与环境生态方面的问题进行可行性分析评价的能力。使学生能够基本掌握有关投资项目前期管理的概念、原理、方法和基本操作的要领，能初步编写投资项目可行性分析报告。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学 管理学 经济学 高等数学 应用统计 财务管理 会计学 运筹学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

王勇. 投资项目可行性分析——理论精要与案例解析(第 2 版). 电子工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 王勇. 项目可行性研究与评估(第二版). 中国建筑工业出版社.

2. 周惠珍. 投资项目评估(第二版). 东北财经大学出版社.

3. 傅家骥 等. 技术经济学(第二版). 清华大学出版社.

4. 何俊德. 项目评估——理论与方法. 华中理工大学出版社.

制订人：王勇

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《社交礼仪及沟通技能》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Social Etiquette & Communication Skills

课程代码: BU272013

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理、市场营销、物流管理

## 二、教学目标与要求

《社交礼仪及沟通技能》是一门应用性、实用性较强的课程,其教学目的是使学生在了解礼仪重要性的基础上掌握社交礼仪及与人交流、沟通的技能,提高学生的自身素养,最终使学生懂得如何塑造良好的个人形象及进行得体的商务交际,从而为未来职业生涯发展奠定基础。

《社交礼仪及沟通技能》课程的基本要求:

- 第一,掌握形象礼仪的塑造要求;
- 第二,掌握各项社交礼节技能;
- 第三,掌握各项接待活动的流程及礼仪要求;
- 第四,掌握各项专项礼仪要求;
- 第五,了解宗教及民俗礼仪要求。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1模块 形象礼仪

- 第一节 仪容礼仪
- 第二节 仪表礼仪
- 第三节 仪态礼仪

基本要求:理解礼仪的重要性,掌握仪容礼仪,男士西装、女士套裙的着装规范及配饰要求,站姿、坐姿、行姿、蹲姿等仪态礼仪。重点为仪表、仪态礼仪规范。

#### 第2模块 社交礼仪

- 第一节 会见礼仪

## 第二节 通信礼仪

基本要求：掌握称呼礼、介绍礼、握手礼、名片礼及交谈礼，掌握手机、电话、传真及电子邮件礼仪。重点为介绍礼、握手礼、名片礼。

## 第3模块 接待礼仪

### 第一节 接待与拜访

### 第二节 商务宴会礼仪

基本要求：掌握接待与拜访的流程、禁忌，掌握中、西餐宴会的礼仪、酒会、舞会礼仪。重点为接待礼仪、中餐礼仪。

## 第4模块 专项仪式礼仪

### 第一节 商务会议礼仪

### 第二节 商务谈判礼仪

### 第三节 签字仪式礼仪

### 第四节 剪彩仪式礼仪

### 第五节 求职礼仪

基本要求：掌握会议流程、会议室布局、会议座次安排，掌握谈判前的准备工作、谈判注意事项，掌握签字座次安排、签字仪式流程，掌握剪彩主持人的选择、剪彩流程，掌握求职信的撰写、面试礼仪规范。重点掌握会议礼仪、谈判礼仪及求职礼仪。

## 第5模块 宗教民俗礼仪

### 第一节 宗教礼仪

### 第二节 民俗礼仪

基本要求：了解基督教、伊斯兰教、佛教和道教的礼仪禁忌；了解日本、韩国等国家社交礼仪。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1模块 形象礼仪	6			
2	第2模块 社交礼仪	8			
3	第3模块 接待礼仪	8			
4	第4模块 专项仪式礼仪	4			
5	第5模块 宗教民俗礼仪	4			
6	考查				2
合计		30			2
		30			2

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

此课程为考查课；

成绩总评 由 平时成绩（占总成绩 60%）， 期末成绩（占总成绩 40%）构成；

平时成绩包括出勤率、平时作业、课堂提问等方面；期末成绩采用大作业的方式进行。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

金正昆. 商务礼仪教程. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 杨贺. 商务礼仪. 北京理工大学出版社.
2. 李霞. 社交礼仪. 北京大学出版社.
3. 褚晓飞. 社交礼仪. 河南大学出版社.

制订人：赵慧莎

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《商法》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Commercial Law

课程代码: BU272102

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销、工商管理、金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程为市场营销、工商管理、金融工程专业本科学生的学科任选课。通过本课程的学习,提高学生在日后商事活动中的法律意识,使学生能够比较系统地掌握我国商法学的基本原理和基本法律规定,运用所学理论和知识去处理商事领域中的实际问题。

本课程的教学方法以原理讲授与案例教学相结合。通过案例的课堂分析、讨论,使学生进一步加深对商法基本理论的理解,系统地了解我国商法的具体规定,在涉及具体事务时能查询并遵循有关法律规定。本课程选用既通俗易懂、注重实务,又比较系统地阐述法律原理和法律规范、有利于非法专业的学生学习商法的教材。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一讲 商法概述、特点和基本原则

本讲要求学生了解商法的含义和调整对象,了解商法的特点和基本原则。通过学习,掌握商法的概念和基本性质(重点),了解商法的体系和适用范围,熟悉和掌握商法的基本原则。理解私法与公法的区别及其在社会经济生活中的不同作用(难点)。

一、商法的调整对象和法律特征

二、商法与经济法的区别

三、商法的体系

#### 第二讲 商事法律关系

通过本讲学习,了解商事法律关系的概念、特征、本质以及构成要素,具体了解商事法律关系主体、客体和内容的含义和种类;掌握商事法律关系发生、变更和终止

的原因。

- 一、商事法律关系概述
- 二、商事法律关系主体
- 三、商事法律关系客体
- 四、商事法律关系内容

### 第三讲 商事组织——商事公司（一）

通过本讲的学习，了解公司与公司法的基本知识、公司的基本类型；了解公司的设立制度等。

- 一、公司与公司法
- 二、公司的基本类型
- 三、公司的设立制度第五讲

### 第四讲 商事组织——商事公司（二）

通过本讲的学习，了解公司的资本制度和治理结构制度（重点），了解我国两种公司制度的主要差异和法律特征（难点）等。

- 一、公司的资本制度
- 二、公司的治理结构
- 三、我国两种公司的制度差异

### 第五讲 商事组织——商事合伙（一）

通过本讲的学习，了解商事合伙的概念、设立条件和程序、财产制度以及事务执行制度。（重点）

- 一、合伙企业概述
- 二、合伙企业的设立
- 三、合伙企业的财产及合伙事务的执行

### 第六讲 商事组织——商事合伙（二）

通过本讲的学习，了解合伙企业的外部关系、入伙与退伙的条件及其法律后果、解散与

清算的法律规定。（重点）

- 一、合伙企业的外部关系
- 二、入伙与退伙
- 三、合伙企业解散与清算

### 第七讲：商事组织——商事个人

通过本讲的学习，了解商事个人的几种类型、商事个人的商事能力和责任承担，

了解个人独资企业的主要制度（重点），个人独资企业与公司、合伙企业的主要差异（难点）。

- 一、商事个人的概念和种类
- 二、商事个人的商事能力和责任承担
- 三、个人独资企业的主要特点
- 四、个人独资企业与公司、合伙企业的差异

#### 第八讲 商事行为——商事合同（一）

通过本讲的学习，了解商事合同制度的基本内容，包括：商事合同的概念、商事合同的订立、商事合同的变更与解除、商事合同的转让和终止（重点）。

- 一、商事合同概述
- 二、商事合同的订立
- 三、商事合同的内容和形式
- 四、商事合同的效力

#### 第九讲 商事行为——商事合同（二）

通过本讲的学习，重点了解商事合同的履行要求（重点）；了解商事合同履行中的抗辩权、违约责任与缔约过失责任制度（难点）。

- 一、商事合同的履行
- 二、缔约过失责任制度
- 三、违约责任制度

#### 第十讲 商事行为——商事担保（一）

通过本讲的学习，在了解商事担保制度基本原理的基础上，着重了解保证与定金这两种担保制度，包括主要内容、基本特征、设定要求、法律效力等（重点）。

- 一、商事担保与担保法概述
- 二、保证担保
- 三、定金担保

#### 第十一讲 商事行为——商事担保（二）

通过本讲的学习，着重了解抵押、质押和留置这三种商事担保制度，包括三种商事担保的基本含义、法律特征、设定要求、法律效力等（重点）；了解它们适用前提的区别（难点）。

- 一、抵押担保
- 二、质押担保
- 三、留置担保

## 第十二讲 商事权利（一）——专利权

通过本讲的学习，了解专利权的基本原理，掌握专利权的种类、专利权的取得、专利权的内容及其法律保护（重点）、专利实施的强制许可（难点）；了解专利侵权行为的种类及其表现形式。

- 一、专利与专利法概述
- 二、专利权的取得
- 三、专利权的内容及其法律保护
- 四、专利实施的强制许可

## 第十三讲 商事权利（二）——商标权

通过本讲的学习，了解我国商标法的基本原则、商标权的概念和特征、商标专用权的取得、注册商标的变更与撤销、商标权的内容及其法律保护（重点）、商标侵权行为的表现形式，了解驰名商标的特殊保护制度（难点）。

- 一、商标与商标法概述
- 二、商标专用权的取得
- 三、注册商标的变更与撤销
- 四、商标权的内容及其法律保护

## 第十四讲 商事纠纷的解决（一）

通过本讲的学习，了解如何通过协商、调解和仲裁来解决商事纠纷，包括：协商、调解的适用前提和特点；协商、调解的原则及其效力；商事仲裁的概念、特征和基本原则；仲裁机构、仲裁协议和仲裁程序等（难点）。

- 一、协商
- 二、调解
- 三、商事仲裁

## 第十五讲 商事纠纷的解决（二）

通过本讲的学习，了解如何通过诉讼来解决商事纠纷，包括商事诉讼的概念和基本原则、诉讼管辖（难点）、诉讼程序及执行程序等（重点）。

- 一、商事诉讼的概念和基本原则
- 二、商事诉讼管辖
- 三、商事诉讼程序与执行程序

## 第十六讲 课程总辅导、问题讲解

本讲的重点内容是针对学生在本课程学习中存在的部分较为薄弱的知识点，结合课堂提问、学生发言交流以及书面作业中比较突出的问题进行辅导。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一讲 商法概述、特点和基本原则	2			
2	第二讲：商事法律关系	2			
3	第四讲：商事组织——商事公司（一）	2			
4	第五讲：商事组织——商事公司（二）	2			
5	第六讲：商事组织——商事合伙（一）	2			
6	第七讲：商事组织——商事合伙（二）	2			
7	第七讲：商事组织——商事个人	2			
8	第八讲：商事行为——商事合同（一）	2			
9	第九讲：商事行为——商事合同（二）	2			
10	第十讲：商事行为——商事担保（一）	2			
11	第十一讲：商事行为——商事担保（二）	2			
12	第十二讲：商事权利（一）——专利权	2			
13	第十三讲：商事权利（二）——商标权	2			
14	第十四讲：商事纠纷的解决（一）	2			
15	第十五讲：商事纠纷的解决（二）	2			
16	第十六讲：课程总辅导、问题讲解				2
合计		30			2
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。学生的总评成绩由期末考查成绩与平时成绩组成：平时成绩占60%，期末考查成绩占40%。平时成绩包括参与课堂讨论情况、问题回答成绩、书面作业成绩以及考勤情况等。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：电子商务法 金融法

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

王英萍主编. 商法(第四版). 上海人民出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 沈乐平主编. 商法教程(法理与案例). 东北财经大学出版社.
2. 周杰普主编. 商法实用教程. 立信会计出版社.
3. 张民安主编. 商事法学. 中山大学出版社.
4. 刘心稳等主编. 商法教学案例. 中国政法大学出版社.

制订人: 周念宇

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《品牌管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Brand Management

课程代码: BU272202

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

教学目标:开设本课程的目的是使学生了解品牌管理的基础理论,掌握品牌管理的经典与现代知识,学会品牌环境的分析和品牌系统的开发与设计、运作与管理、衡量、维护与改进,并通过案例分析等方法将品牌管理知识和技能在实践中综合运用,提高学生的学习、实践和创新能力。

基本要求:要求学生了解品牌管理的基础理论,掌握品牌系统的开发与设计、运作与管理、维护与改进方法,并要求学生能用所学理论解释或解决企业品牌管理实践中遇到的问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 品牌概述

第一节 品牌地位的崛起

第二节 品牌的内涵

第三节 品牌与相关概念的区别

第四节 品牌的作用

第五节 品牌的分类

基本要求:要求学生了解品牌的内涵,品牌与相关概念的区别,品牌的作用,掌握品牌的分类。

重点:品牌的内涵、品牌的分类

难点:品牌与相关概念的区别、品牌的分类

## 第二章 品牌管理概述

### 第一节 品牌管理的内涵和模式

### 第二节 品牌管理的流程

### 第三节 品牌管理的成功要素和原则

### 第四节 品牌管理面临的挑战

### 第五节 品牌管理的误区

### 第六节 品牌管理的组织机构

基本要求：要求学生了解品牌管理的内涵和模式，掌握品牌管理的流程，掌握品牌管理的成功要素和原则，了解品牌管理面临的挑战和品牌管理的误区，掌握品牌管理的组织机构。

重点：品牌管理的流程、品牌管理的成功要素和原则、品牌管理的误区

难点：品牌管理的流程、品牌管理的成功要素和原则

## 第三章 品牌识别

### 第一节 品牌识别的内涵

### 第二节 大卫·阿克的品牌识别模型

### 第三节 其他著名品牌识别模型

基本要求：要求学生了解品牌识别的内涵，掌握大卫·阿克的品牌识别模型及其它著名的品牌识别模型。

重点：品牌识别的内涵、大卫·阿克的品牌识别模型

难点：品牌识别的内涵、大卫·阿克的品牌识别模型

## 第四章 品牌符号

### 第一节 品牌符号设计原则

### 第二节 品牌命名

### 第三节 品牌标志

### 第四节 品牌口号

### 第五节 品牌角色

### 第六节 品牌传奇

### 第七节 品牌音乐

基本要求：要求学生掌握品牌符号的设计原则，掌握品牌命名的原则，了解品牌口号的设计原则以及品牌角色的塑造方法。

重点：品牌符号设计原则、品牌命名、品牌口号设计方法、品牌角色设计

难点：品牌符号设计原则、品牌命名、品牌口号设计方法

## 第五章 品牌定位

### 第一节 定位理论的提出

### 第二节 品牌定位的内涵

### 第三节 品牌定位的过程

### 第四节 品牌定位的方法

### 第五节 品牌重定位策略

基本要求：要求学生了解品牌定位的内涵，掌握品牌定位的方法，过程和策略。

重点：定位理论、品牌定位的内涵、品牌定位的过程、品牌定位的方法

难点：定位理论、品牌定位的内涵、品牌定位的方法

## 第六章 品牌体验

### 第一节 体验经济的到来

### 第二节 体验营销与品牌体验的内涵

### 第三节 品牌体验设计

基本要求：使学生了解体验经济背景下品牌体验的重要性，掌握体验营销的实质和品牌体验的内涵，掌握品牌体验设计原则与方法。

重点：体验营销的实质、品牌体验的内涵、品牌体验设计原则与方法

难点：品牌体验的内涵、品牌体验设计原则与方法

## 第七章 整合品牌传播

### 第一节 整合品牌传播概述

### 第二节 品牌的内部传播策略

### 第三节 营销活动与品牌传播策略

### 第四节 营销沟通与品牌传播策略

基本要求：要求学生了解整合品牌传播概念，掌握品牌内部传播的策略，掌握品牌传播中营销活动与营销沟通的设计。

重点：品牌传播内涵、品牌内部传播策略、品牌传播中营销活动与营销沟通的设计

难点：品牌内部传播策略、品牌传播中营销活动与营销沟通的设计

## 第八章 品牌延伸与授权

### 第一节 品牌延伸概述

### 第二节 品牌延伸的步骤

### 第三节 品牌授权概述

### 第四节 品牌授权的步骤

基本要求：要求学生掌握品牌延伸的内涵、优缺点步骤，了解品牌授权的定义，

掌握品牌授权的定义。

重点：品牌延伸的内涵、品牌延伸步骤、品牌授权的定义及步骤

难点：品牌延伸步骤、品牌授权的定义及步骤

## 第九章 品牌组合

第一节 品牌组合战略管理概述

第二节 品牌组合的战略框架

第三节 品牌组合结构分析方法

第四节 品牌联合战略

第五节 贴牌生产

基本要求：要求学生了解品牌组合的战略框架，掌握品牌组合结构分析方法，掌握品牌联合战略，掌握贴牌生产的实质和适用条件。

重点：品牌组合的战略框架、品牌组合结构分析方法、品牌联合战略、贴牌生产的实质和适用条件

难点：品牌组合结构分析方法、品牌联合战略

## 第十章 品牌老化与更新

第一节 品牌生命周期

第二节 品牌老化的概念与成因

第三节 品牌强化与品牌激活

基本要求：要求学生了解品牌生命周期的概念，掌握品牌老化的概念及品牌老化的成因，掌握品牌强化与品牌激活策略。

重点：品牌生命周期概念、品牌老化的成因、品牌强化与品牌激活策略

难点：品牌老化的成因、品牌强化与品牌激活策略

## 第十一章 品牌国际化

第一节 品牌国际化的定义与度量

第二节 品牌国际化的动因、障碍和挑战

第三节 品牌国际化战略

基本要求：要求学生了解品牌国际化的定义及度量方法，掌握品牌国际化的动因、障碍和挑战，掌握企业品牌国际化战略。

重点：品牌国际化的定义及度量方法，品牌国际化的动因、障碍和挑战，企业品牌国际化战略

难点：品牌国际化的定义及度量方法，品牌国际化的动因、障碍和挑战

## 第十二章 品牌资产评估

## 第一节 品牌资产的内涵与评估意义

## 第二节 品牌资产评估模型与方法

## 第三节 品牌资产评估与管理系统的构建方法

基本要求：要求学生掌握品牌资产的内涵与评估意义，掌握品牌资产评估模型与方法，掌握品牌资产评估与管理系统的构建方法。

重点：品牌资产的内涵、品牌资产评估模型与方法、品牌资产评估与管理系统的构建方法

难点：品牌资产评估模型与方法、品牌资产评估与管理系统的构建方法

## 第十三章 品牌保护

### 第一节 品牌危机概述

### 第二节 品牌危机管理

### 第三节 品牌抢注、侵权与保护

基本要求：要求学生了解对品牌进行保护的重要性，掌握品牌危机管理方法，掌握针对品牌抢注和品牌侵权的应对措施。

重点：品牌危机概念、品牌危机管理方法、针对品牌抢注和品牌侵权的应对措施

难点：品牌危机管理方法、针对品牌抢注和品牌侵权的应对措施

## 第十四章 品牌应用新领域

### 第一节 服务品牌管理

### 第二节 工业品品牌营销

### 第三节 互联网品牌营销

### 第四节 奢侈品品牌营销

### 第五节 城市品牌建设与管理

### 第六节 个人品牌建立

### 第七节 雇主品牌建设

基本要求：要求学生了解不同领域品牌的营销方法，掌握互联网品牌营销方法，掌握奢侈品品牌营销方法，掌握城市品牌建设与管理方法，了解个人品牌建立方法，了解雇主品牌建设方法。

重点：互联网品牌营销方法、奢侈品品牌营销方法、城市品牌建设与管理方法

难点：奢侈品品牌营销方法、城市品牌建设与管理方法

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	品牌概述	2			
2	品牌管理概述	2			
3	品牌识别	2			
4	品牌符号	2			
5	案例讨论 1				2
6	品牌定位	2			
7	品牌体验	2			
8	品牌延伸与授权	2			
9	案例讨论 2				2
10	品牌组合	2			
11	品牌老化与更新	2			
12	品牌国际化	2			
13	品牌资产评估	2			
14	品牌保护	2			
15	整合品牌传播	2			
16	品牌应用新领域	2			
合计：32		28			4
		28			4

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

考核方式：考查

成绩评定方式：通过平时上课表现和期末大作业评定成绩，其中平时占 60%，期末占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

周志民. 品牌管理. 天津: 南开大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 庞宁林. 品牌管理. 清华大学出版社.
2. 凯文·莱恩·凯勒著, 卢泰宏译. 战略品牌管理. 中国人民大学出版社.
3. 黎建新. 品牌管理. 机械工业出版社.
4. 李业. 品牌管理. 广东高等教育出版社.

制订人: 杨红燕

审核人: 田雪莹

审定人: 余晓红

# 《会计信息系统 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Accounting Information System B

课程代码: BU272Z02/ BU272203

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理(专转本)、市场营销(专转本)、市场营销

## 二、教学目标与要求

本课程的教学目标是使学生能够熟练运用会计核算软件完成企业基本财务会计工作,理解和掌握计算机如何被用于会计信息系统,进而了解同类商品化的会计软件。

通过本课程的学习,要求学生能够从信息技术发展的角度去理解会计,同时基本具备会计电算化软件的操作及维护知识,能够正确地理解和评价会计信息系统,并为不断完善和创新会计核算与管理方法打下良好的基础

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 系统应用基础

第一节 用友 ERP-U8 管理软件简介

第二节 实验教程使用导航

基本要求:了解用友 U8 管理软件

#### 第二章 系统管理与企业应用平台

第一节 系统管理

第二节 企业应用平台

基本要求:掌握软件中系统管理和基础设置的相关内容,理解系统管理在整个系统中的作用及其基础设置的重要性。

#### 第三章 总账管理

第一节 系统概述

第二节 总账管理系统初始设置

第三节 总账管理系统日常业务处理

#### 第四节 总账管理系统初始设置

##### 实验二 总账管理系统初始设置

##### 实验三 总账管理系统日常业务处理

##### 实验四 总账管理系统期末处理

基本要求：了解总账系统的基本功能，掌握总账的初始设置以及日常业务处理和期末处理。

#### 第四章 UFO 报表管理

##### 第一节 系统概述

##### 第二节 报表管理

##### 实验五 UFO 报表管理

基本要求：了解报表系统，掌握自定义报表的设计和报表的输出。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	系统应用基础	2			
2	系统管理与企业应用平台	3		3	
3	总账管理	8		10	
4	UFO 报表管理	3		3	
合计		16		16	
		32			

#### (三) 实验、上机相关内容

##### 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU272Z0201	系统管理和基础设置	2	必修	综合	1	掌握用友 ERP-U8 管理软件中系统管理和基础设置的相关内容
BU272Z0202	总账管理系统初始设置	3	必修	综合	1	掌握总账初始设置的具体内容及要求
BU272Z0203	总账管理系统日常业务处理	6	必修	综合	1	掌握总账日常业务处理的各种操作
BU272Z0204	总账管理系统期末处理	2	必修	综合	1	掌握总账期末的处理工作
BU272Z0205	UFO 报表管理	3	必修	综合	1	掌握自定义报表和利用报表模板生成报表

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

成绩评定方式：平时成绩占 60%；期末考试成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

王新玲, 汪刚, 赵婷. 会计信息系统实验教程(用友ERP-U8.72第2版). 清华大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 管彦庆. 会计信息系统理论与实验教程. 机械工业出版社.
2. 张瑞君, 蒋砚章. 会计信息系统. 中国人民大学出版社.
3. 薛祖云. 会计信息系统. 厦门大学出版社.
4. 钱玲. 会计信息系统. 上海财经大学出版社有限公司.

制订人：史晓芬

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《零售学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Retailing

课程代码: BU272205

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

本课程以零售学基本理论为主要内容,从零售概述、零售战略与组织、零售业务管理三个方面介绍零售企业管理的各个方面,包括零售业态、零售战略、零售组织、零售选址、商品规划、零售采购与配送、零售价格、零售促销、零售服务等内容。通过本课程的学习,要求学生了解最新零售业概念和理论,掌握零售业中商品管理、采购管理、价格管理、促销管理等的基本知识和实际运作。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 零售导论

##### 第一节 零售及零售业

##### 第二节 零售组织发展规律

##### 第三节 西方零售业四次重大变革

##### 第四节 急剧变革的中国零售业

教学目标与要求: 1. 掌握零售、零售商、零售业等基本概念; 2. 了解零售组织的基本类型及特点; 3. 了解国外零售组织发展演变的相关理论; 4. 了解西方零售业历次重大变革特点及背景; 5. 了解我国现阶段零售业发展变革的基本情况

#### 第二章 现代零售业态介绍

##### 第一节 零售业态的含义

##### 第二节 百货商店

##### 第三节 超级市场

#### 第四节 专业店与专卖店

#### 第五节 便利店

#### 第六节 仓储式商店

#### 第七节 购物中心

#### 第八节 无店铺零售业态

教学目标与要求：1. 掌握零售业态的内涵及组成要素；2. 掌握百货商店、超级市场、专业店和专卖店、便利店、仓储式商店、购物中心、无店铺零售等业态的基本特征及目前国内外发展情况

### 第三章 零售竞争战略

#### 第一节 建立零售竞争优势

#### 第二节 环境分析与确定竞争战略

#### 第三节 成本领先战略

#### 第四节 差异化战略

#### 第五节 目标集聚战略

教学目标与要求：1. 了解零售企业竞争优势的来源；2. 能够应用 SWOT 模型分析零售商所面临的竞争环境；3. 了解成本领先战略、差异化战略、目标集聚战略在零售业中的应用

### 第四章 零售扩张战略

#### 第一节 零售扩张战略组合

#### 第二节 商圈分析

#### 第三节 商店位置选择

#### 第四节 两种具体的选址方法

教学目标与要求：1. 了解零售商的扩张战略组合要素；2. 掌握商圈的构成、影响商圈形成的因素、商圈划定的方法、商圈分析的要点；3. 掌握商店位置选择的原则、类型以及影响因素；4. 掌握商店选址的基本方法和商店选址报告的内容

### 第五章 零售组织设计

#### 第一节 组织结构设计的内容和要求

#### 第二节 组织结构设计程序

#### 第三节 组织结构类型

#### 第四节 组织文化

教学目标与要求：1. 熟悉零售组织结构设计的要求和步骤；2. 掌握零售组织结构的类型；3. 了解零售组织文化；第三篇 零售业务管理

## 第六章 商品规划

### 第一节 商品经营范围的确定

### 第二节 商品结构优化

### 第三节 品类管理与单品管理

### 第四节 自有品牌的开发

教学目标与要求：1. 了解零售商如何确定其商品经营范围；2. 掌握商品结构优化的方法；3. 了解畅销商品的培养方法；4. 了解零售自有品牌的开发途径及优势

## 第七章 采购管理

### 第一节 商品采购流程

### 第二节 采购制度与人员管理

### 第三节 商品采购决策

教学目标与要求：1. 了解零售商商品采购管理的环节；2. 了解不同采购制度的优劣及采购考核办法；3. 掌握商品采购过程中一些业务决策方法的运用

## 第八章 价格管理

### 第一节 影响零售定价的主要因素

### 第二节 定价政策

### 第三节 初始价格的确定

### 第四节 价格调整

教学目的与要求：1. 了解影响零售定价的主要因素；2. 掌握零售商主要的定价政策；3. 掌握初始价格确定的方法；4. 熟悉零售价格调整的策略

## 第九章 促销管理

### 第一节 促销及其组合要素

### 第二节 促销活动流程管理

### 第三节 零售广告

### 第四节 销售促进

### 第五节 零售公共关系

教学目的与要求：1. 掌握零售促销概念及其组合要素；2. 了解零售促销策划的设计内容；3. 掌握零售广告的特点及应用；4. 熟悉销售促进的形式；5. 了解零售公共关系的形式

## 第十章 服务管理

### 第一节 服务的重要性

### 第二节 零售服务设计

### 第三节 服务质量的改进

教学目的与要求：1. 了解零售服务的概念及重要性；2. 掌握零售服务设计时应考虑的因素；3. 了解如何改进零售商的服务质量水平

## 第十一章 商场设计与商品陈列

### 第一节 商场设计

### 第二节 货位布局

### 第三节 商品陈列

教学目的与要求：1. 掌握商场布局的主要形式；2. 了解色彩、灯光、音乐、气味在商场设计中的应用；3. 熟悉商品布局的基本方法及考虑因素；4. 掌握商品陈列的基本方法

## 第十二章 网络零售与零售信息化

### 第一节 网络零售

### 第二节 零售信息化

### 第三节 智能商店

教学目的与要求：1. 了解网络零售的现状；2. 了解零售信息化的内涵、3. 了解智能商店的内涵及形态

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 零售导论	2			
2	第二章 现代零售业态介绍	2			
3	第三章 零售竞争战略	2			
4	第四章 零售扩张战略	4			
5	第五章 零售组织设计	2			
6	第六章 商品规划	4			
7	第七章 采购管理	2			
8	第八章 价格管理	4			
9	第九章 促销管理	4			
10	第十章 服务管理	2			
11	第十一章 商场设计与商品陈列	2			
12	第十二章 网络零售与零售信息化	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

最终成绩为平时成绩 60%，期末考核成绩 40%。平时成绩由课堂发言、课堂讨论、案例分析、平时作业构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学 A、市场调查及市场预测

后续课程和教学环节： 服务营销

平行开设课程和教学环节：网络营销

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

肖怡. 零售学（第三版）. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. [美]迈克尔·利维，巴顿·A·韦茨著，郭武文译. 零售学精要. 机械工业出版社.

2. [美]巴里·伯曼，乔·R·埃文斯著. 吕一林，熊鲜菊译. 零售管理. 中国人民大学出版社.

3. 曾庆均. 零售学. 中国商务出版社.

4. 陈己寰. 零售学. 暨南大学出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《服务营销》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Service Marketing

课程代码: BU272206

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 市场营销

## 二、教学目标与要求

本课程的主要教学目标在于提供一些必要的材料来引导学生进入服务营销领域,同时使他们能够熟知顾客服务的一些具体问题。同传统的商业知识相比,现代商业世界对员工在顾客满意、服务质量、顾客服务和技巧方面能力的要求一再增加,这些知识在保留现有顾客群的过程中是必不可少的。

要求学生掌握服务营销定义,并详细讨论将有形产品营销和服务营销区分开来的基本概念和战略。掌握营销组合模型中诸如过程、定价、促销、有形展示和人员(员工和顾客)等问题相关的一些战略问题。掌握顾客满意和服务质量管理的一般方法。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 服务营销绪论

**【重点难点】** 重点是掌握这门课程的篇章结构以及计分考试、授课方式。难点是对于本门课程各部分内容之间的关系。

#### **【教学内容】**

第一节 为什么要学习服务营销

第二节 服务营销的内容和框架

第三节 怎么样学习服务营销

#### 第二章 服务营销概念和分类

**【重点难点】** 重点是服务的概念和服务的特征,难点是能够真正理解服务的特征和服务的类型,能够区分服务和产品。

**【教学内容】**

第一节 什么是服务

第二节 产品和服务的区别

第三节 基于过程视角的四种分类

第三章服务营销中的消费者行为

**【重点难点】** 重点是掌握消费者购买的三阶段模型。难点是真正掌握这个模型，并且能在实际的商业营销设计中用到这个理论，理论能贯彻落实到实际中。

**【教学内容】**

第一节 服务消费三阶段模型

第二节 服务购买前阶段

第三节 服务接触阶段

第四节 服务接触后阶段

第四章服务营销中的服务定位

**【重点难点】** 重点是掌握有效的服务定位基础，理解集中战略的优势，以及如何进行市场细分。难点是真正能够制定有效的定位战略。

**【教学内容】**

第一节 什么是有效的服务定位基础

第二节 通过集中战略获得竞争优势

第三节 市场细分是集中战略的基础

第四节 服务特性和水平

第五节 制定有效的定位战略

第五章核心产品与附加要素

**【重点难点】** 重点是掌握服务之花。难点是利用服务之花创建服务产品的品牌以及开发新的服务产品。

**【教学内容】**

第一节 设计并创造服务产品

第二节 服务之花

第三节 服务产品品牌创造和体验

第四节 开发新服务

第六章渠道分销

**【重点难点】** 重点是掌握服务营销的分销渠道。难点是理解和掌握服务传递的时间和地点，以及全球市场的服务分销。

**【教学内容】**

第一节 服务环境下的分销

第二节 服务分销的模式：确定接触类型

第三节 服务传递的时间和地点

第四节 全球市场的服务分销

第七章 定价与收益管理

**【重点难点】** 重点是掌握三足而立的定价策略。难点是掌握进行全面收益管理的方法、技巧和措施。

**【教学内容】**

第一节 有效的定价是企业获得财务成功的关键

第二节 三足而立的定价策略

第三节 收益管理

第四节 服务定价的道德问题

第八章 服务促销与顾客教育

**【重点难点】** 重点是掌握服务营销沟通组合。难点是设计沟通策略并进行企业形象的设计。

**【教学内容】**

第一节 营销沟通组合的作用

第二节 服务营销沟通组合面临的挑战

第三节 市场营销沟通计划

第四节 营销沟通组合

第五节 企业形象设计的作用

第九章 服务过程设计，服务环境设计

**【重点难点】** 重点是掌握服务流程图的绘制，服务流程进行再造。难点是真正掌握服务流程再造的方法和技能。

**【教学内容】**

第一节 绘制服务过程流程图

第二节 服务流程再造

第三节 顾客是合作生产者

第四节 自我服务技术

第十章 顾客关系管理

**【重点难点】** 重点是掌握客户满意和客户忠诚的概念。难点是利用客户满意和

客户忠诚进行客户关系管理。

**【教学内容】**

第一节 企业与顾客关系

第二节 顾客满意

第三节 顾客忠诚

第四节 顾客关系管理

第十一章 顾客抱怨管理

**【重点难点】** 重点是掌握顾客的抱怨行为、客户投诉和补救。难点是真正能够进行客户投诉和补救管理。

**【教学内容】**

第一节 顾客的抱怨行为

第二节 顾客投诉

第三节 顾客补救

第四节 顾客投诉和补救管理

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	服务营销绪论	2			
2	服务营销概念和分类	2			
3	服务营销中的消费者行为	2			
4	服务营销中的服务定位	2			
5	核心产品与附加要素	4			
6	渠道分销	4			
7	定价与收益管理	4			
8	服务促销与顾客管理	4			
9	服务过程设计与环境设计	2			
10	顾客关系管理	2			
11	顾客抱怨管理	2			
12	复习, 考察以及答疑	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属于考查课。

课程成绩由平时成绩 60%，期末成绩 40% 构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

克里斯托弗·洛夫洛克. 服务营销（第七版）. 机械工业出版社.

### （二）主要参考书目

1. 郭国庆主编. 服务营销管理. 中国人民大学出版社.
2. 汪效纯主编. 服务营销与服务质量管理. 中山大学出版社.
3. 许德昌, 王谊主编. 服务营销管理. 西南财经大学出版社.
4. 秦陇一, 曾凡海, 姜彩芬编. 服务营销学. 科学出版社.

制订人：杨红燕

审核人：田雪莹

审定人：余晓红

# 《会展旅游》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Exhibition Tourism

课程代码: BU272301

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

会展业是随着世界经济的发展而不断勃兴,并对世界经济和政治有着巨大影响的朝阳产业,会展旅游更具有无可比拟的特点和优势,值得大力学习和研究。本课程从会展旅游的各项功能、外部环境和内在条件,从会展旅游的现状和发展趋势,对中国会展旅游的问题、不足加以分析并提出对策,力争将宏观理论与具体实践结合起来,既有理论深度又有实践指导,帮助学生更好地掌握这方面的理论和实际。

本课程作为旅游管理专业的一门专业基础课,将从中西方会展的发展和现状对比中进行考察,使学生通过本课程的学习,在市场开拓、项目开发、旅游服务等各方面都能得到理论和实践的指导。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 会展及会展旅游概述

##### 第一节 什么是会展

##### 第二节 会展的经济和社会、文化功能

##### 第三节 什么是会展旅游

基本要求:通过本章学习,了解什么是会展,会展有哪些经济和社会、文化功能;掌握什么是会展旅游。

#### 第二章 会展与旅游的渊源

第一节 会展业娱乐性、大众性、审美性、异地性、流动性等特点与旅游业异曲同工

## 第二节 会展活动与旅游业互动共赢、相得益彰

### 第三节 会展与旅游有着先天性的“血缘”关系

基本要求：通过本章学习，了解会展与旅游的渊源，如会展业娱乐性、大众性、审美性、异地性、流动性等特点与旅游业异曲同工，会展活动与旅游业互动共赢、相得益彰，会展与旅游有着先天性的“血缘”关系。

## 第三章 会展旅游的特点及发展趋势

### 第一节 会展旅游的特点、

### 第二节 会展旅游服务

### 第三节 会展旅游的发展趋势

基本要求：通过本章学习，了解会展旅游的特点、会展旅游服务及发展趋势。

## 第四章 会展旅游发展的外部环境和内在条件

### 第一节 会展发展的外部环境

### 第二节 会展发展的内在条件

### 第三节 会展与旅行社

### 第四节 会展旅游信息管理

基本要求：通过本章学习，了解会展旅游发展的外部环境和内在条件，了解会展与旅行社的重要关系，了解会展旅游信息管理的重要性。

## 第五章 中国会展旅游发展的问题和对策

### 第一节 中国会展旅游发展中的问题和不足

### 第二节 中国会展旅游的发展对策

### 第三节 会展旅游项目定位

### 第四节 会展旅游危机管理

基本要求：通过本章学习，了解中国会展旅游发展的问题和对策，学习并掌握会展旅游的项目定位，了解会展旅游的危机管理。

## 第六章 会展旅游的价格与营销

### 第一节 会展旅游的价格策略

### 第二节 会展旅游的营销策略

基本要求：通过本章学习，了解会展旅游的价格和营销策略。

## 第七章 会展旅游地的形象塑造

### 第一节 会展旅游环境及其特点

### 第二节 会展旅游地形象塑造

基本要求：通过本章学习，了解会展旅游环境及其特点，掌握会展旅游地形象塑

造的基本原则和方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 会展及会展旅游概述	6			
2	第二章 会展与旅游的渊源	2			
3	第三章 会展旅游的特点和发展趋势	4			
4	第四章 会展旅游所需的外部环境和内在条件	6			
5	第五章 中国会展旅游发展的问题和对策	4			
6	第六章 会展旅游的价格与营销	4			
7	第七章 会展举办地的形象塑造	4			
8	复习、考查	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

总评成绩由平时成绩占 60%，期末论文占 40% 构成。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论等

后续课程和教学环节：旅游市场营销等

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

陈来生. 会展经济. 复旦大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 贾晓龙. 会展旅游. 清华大学出版社.
2. 朱运海. 会展旅游. 华中科技大学出版社.
3. 张河清. 会展旅游. 中山大学出版社.

制订人：陈来生

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游美学 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tourism Aesthetics B

课程代码: BU272302

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

旅游美学是以旅游审美活动为其特定研究对象的一门学科, 是以旅游审美对象, 旅游审美主体为其研究对象, 阐述旅游审美心理分析, 旅游实践活动中的各种审美关系, 特别是人与人之间的关系, 从中总结其规律性的一门学科。

通过本课程的学习, 要达到以下的目标: 一是使学生能较为全面地了解、掌握旅游美学的基础理论、旅游美学研究的内容和范围。对自然景观的内涵及其景观美的展现形态、人文景观的内涵及相应的欣赏方法有所掌握, 提高旅游审美的能力。二是通过旅游美学学习, 使学生掌握旅游审美方法, 陶冶审美修养, 培养学生理解美、表现美、创造美的能力。在今后的旅游审美实践中引导旅游者欣赏到蕴涵在旅游景观中丰富多彩的美。

## 三、内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 美学与旅游美学

基本内容:

第一节 美学概述

第二节 人类审美意识的发展历程

第三节 旅游美学研究的对象范围

重点: 美学的内涵

难点: 美学的代表性学说

#### 第二章 旅游美学的历史积淀

基本内容:

第一节 审美意识雏形时期

第二节 比德的审美观

第三节 畅神的审美观

第四节 旅游审美的优化积淀

第五节 当代人的审美情趣时期

重点: 比德审美观

难点: 旅游美学的审美历程

### 第三章 旅游审美对象欣赏的方法原理

基本内容:

第一节 观赏的方法 动态观赏和静态观赏

第二节 观赏的空间构成

第三节 欣赏的线路构成

重点: 观赏的距离

难点: 动观、静观观赏方式的转换及观赏效果

### 第四章 自然景观的旅游审美

基本内容:

第一节 自然景观的构成 山体景观 水体景观 生物景观 天象景观

第二节 自然景观的欣赏

第三节 中西自然景观的美学比较

重点: 自然景观的构成种类

难点: 自然景观的审美特征

### 第五章 人文景观的旅游审美

基本内容:

第一节 古建筑审美的基础知识

第二节 中国古建筑的审美特性及欣赏

第三节 中国古典园林的审美特性及欣赏

第四节 中国古典雕塑的审美特性及欣赏

第五节 中国现代建筑的审美特性与欣赏

重点: 古典建筑审美的基础知识

难点: 古典建筑的旅游审美

### 第六章 民俗旅游景观的审美

基本内容：

第一节 民俗旅游景观

第二节 民俗旅游景观的构成

第三节 民俗旅游景观的审美

重点：饮食习俗的审美

难点：民俗旅游景观的审美特性

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 美学与旅游美学	4			
2	第二章 旅游学的历史积淀	2			
3	第三章 旅游审美对象欣赏的方法原理	2			
4	第四章 自然景观的旅游审美	6			
5	第五章 人文景观的旅游审美	6			4
6	第六章 民俗旅游景观的旅游审美	6			
7	课程考查	2			
合计		28			4
		32			

注：其他 4 课时为外出观摩实习分别是

古典园林的观赏：采用动观与静观的方式选择不同的视距与视角观赏古典园林，以文导游，以画观园，把握园林景物丰富的审美因素。

古建筑的观赏：指导学生观摩体会古建筑传统的木构架结构，欣赏丰富多彩的内外装饰。

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

总评成绩由平时成绩占 60%，期末论文占 40% 构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：中国旅游文化

平行开设课程和教学环节：中国旅游资源

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

于德珍. 旅游美学(第二版). 南开大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 乔修业. 旅游美学第三版. 南开大学出版社.
2. 高曾伟, 易向阳. 旅游美学. 上海交通大学出版社.
3. 庄志民. 旅游美学新编. 格致出版社.
4. 章海荣. 旅游审美原理. 上海大学出版社.

制订人: 于德珍

审核人: 黎宏宝

审定人: 余晓红

# 《民俗旅游》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Folklore Tourism in China

课程代码: BU272303

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

民俗旅游学是旅游管理专业的一门学科任选课。它的研究对象是民俗事象的产生、发展与传承,以及民俗事象作为旅游资源在开发和保护过程中独有的价值、功能及特点。

它以民俗事象的产生和地区差异为基础,从价值、功能和保护三个角度阐明中国民俗旅游开发的基本方式与问题;并进一步从发生学角度围绕民俗与旅游开发的关系进行民俗旅游开发与保护的阐述。

在教学方式上,注重案例教学,培养学生形成正确的思维方式和动手能力,激发学生从事民俗旅游学习研究的兴趣。通过本课程的学习,培养学生了解和掌握民俗学基本理论,了解和掌握旅游开发过程中各民俗要素之间的相互关系,为从事民俗旅游开发打下坚实的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

该课程主要内容包括民俗旅游概述、饮食民俗旅游、服侍民俗旅游、居住民俗旅游、交通民俗旅游、人生礼仪民俗旅游、节日民俗旅游、信仰民俗旅游、民俗旅游开发等。重点是民俗旅游要素在旅游开发中的功能和应用,难点是民俗旅游开发与保护之间的和谐处理。

### 第一章 民俗旅游概述

**【重点难点】**本章的重点学生掌握民俗和民俗旅游相关概念,及民俗旅游的特点、功能等知识,难点在于学生能否熟练掌握民俗事象的分类、功能和特征。

## 【教学内容】

### 第一节 民俗概述

### 第二节 民俗旅游概述

### 第三节 民俗旅游资源

## 第二章 饮食民俗旅游

【重点难点】本章的重点学生掌握从茶、酒、食三个方面了解中国食俗的多样性及其成因，难点在于学生能否熟练掌握饮食民俗与自然人文环境的关系。

## 【教学内容】

### 第一节 饮食民俗概述

### 第二节 中国传统饮食风俗

### 第三节 地方菜系

### 第四节 茶艺与酒文化

## 第三章 服饰民俗旅游

【重点难点】本章的重点学生掌握中国服饰民俗的发展与变化，难点在于学生能否熟练掌握中国服饰民俗发展过程中中西融合和少数民族要素的融入。

## 【教学内容】

### 第一节 服饰民俗概述

### 第二节 中国服饰民俗的发展与变化

### 第三节 服饰民俗的旅游开发

## 第四章 居住民俗旅游

【重点难点】本章的重点学生掌握中国居住民俗的产生于发展，难点在于学生能否熟练掌握以四合院为代表的中国传统民居背后隐含的地理要素和礼仪要素。

## 【教学内容】

### 第一节 居住民俗概述

### 第二节 中国传统民居的类型

### 第三节 中国传统官式建筑

### 第四节 居住民俗的旅游开发

## 第五章 交通民俗旅游

【重点难点】本章的重点学生掌握我国各个地区的陆路、水路和特种交通民俗。

## 【教学内容】

### 第一节 交通民俗概述

### 第二节 传统陆路、水路和特种交通

### 第三节 交通民俗的旅游开发

## 第六章 人生礼仪民俗旅游

**【重点难点】**本章的重点学生掌握中国传统礼仪的集中展现场所，难点在于学生能否熟练掌握不同人生礼仪的内容、步骤和发生学原理。

### **【教学内容】**

#### 第一节 婚丧生寿礼仪

#### 第二节 礼仪民俗的旅游开发

## 第七章 节日民俗旅游

**【重点难点】**本章的重点学生掌握汉族与少数民族的节日风俗。

### **【教学内容】**

#### 第一节 汉族传统节日及民俗

#### 第二节 少数民族节日习俗

#### 第三节 节日民俗与旅游

## 第八章 信仰民俗旅游

**【重点难点】**本章的重点学生掌握民间信仰的形式与开发方式，难点在于学生能否熟练掌握不同信仰的产生原理及赋存现状。

### **【教学内容】**

#### 第一节 信仰民俗概述

#### 第二节 自然神信仰

#### 第三节 偶像神信仰

#### 第四节 祖宗与英雄信仰

#### 第五节 民间禁忌

#### 第六节 信仰民俗与旅游开发

## 第九章 民俗旅游开发

**【重点难点】**本章的重点学生掌握民俗旅游开发的原则和程序、民俗旅游开发的模式，难点在于学生能否熟练掌握民俗旅游开发的问题及对策。

### **【教学内容】**

#### 第一节 民俗旅游开发的原则和程序

#### 第二节 民俗旅游开发的模式

#### 第三节 民俗旅游开发的问题及对策

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 民俗旅游概述	4			
2	第二章 饮食民俗旅游	4			
3	第三章 服饰民俗旅游	2			
4	第四章 居住民俗旅游	4			
5	第五章 交通民俗旅游	2			
6	第六章 人生礼仪民俗旅游	2			
7	第七章 节日民俗旅游	2			
8	第八章 信仰民俗旅游	4			
9	第九章 民俗旅游开发问题与对策	4			
10	复习与考察				2
合计		30			2
		30			2

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考核占总成绩的 40%，平时成绩由出勤率、作业、提问组成，占总成绩的 60%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论

后续课程和教学环节：中国旅游文化

平行开设课程和教学环节：中国旅游资源

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

余永霞，陈道山. 中国民俗旅游. 华中科技大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 乌丙安著. 民俗学原理. 长春出版社.
2. 巴兆祥. 中国民俗旅游. 福建人民出版社.
3. 钟敬文. 民俗学概论. 高等教育出版社.

制订人：李向韬

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《高级英语 C（一）》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Advanced English C1

课程代码: BU272304

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

本课程针对的是已掌握英语基础知识的高年级学生。课文的内容及题材极具多样化,目的是让学生能接触不同的文体,吸收较广泛的知识。每课课文后附有注释,包括作家介绍、历史背景、有关典故及一般学生使用的词典中难以查到的语言现象,因此要求学生对此不能忽略,应强化学习,拓宽视野,有利于今后更高层次的学习。基本的要求有:学会查英文词典,通过独立工作加深对课文的理解;掌握较深层次的单词的构词及同义词;掌握基本的常见的各种修辞技巧,以助于提高写作水平和欣赏英文原文的能力;同时学习欣赏课文的写作技巧,并从口、笔译两方面对所学内容灵活运用,进一步扩大自己的知识和技能。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

Unit 1: The Middle Eastern Bazaar. The very beginning lesson of this course offers a great challenge of too many new words to the students for the first time. Therefore, the students should be well-prepared to take this course. They are required to learn how to appreciate and write a detailed and well-organized article of description.

Unit 2: Hiroshima----the “liveliest” city in Japan. How to appreciate and write a good report with well-organized structure and truthful description of the item to be reported. Also required is the understanding of the effects of atomic bombs, especially the victims’ suffering.

Unit 5: Speech on Hitler’s Invasion of the USSR. As a well-known

speech all over the world, this one is worth being paid great attention. The students are demanded to learn some famous paragraphs by heart. Also required to acquire are the background of this speech and Churchill's skill of writing.

Unit 9: Mark Twain----Mirror of America. As a humorist and novelist who can never escape the study of any student in American literature, Mark Twain remains so great a topic for the students who desire to learn and know American English well. By learning the text, the students can have a general understanding of this literary giant.

Unit 10: The Trial that Rocked the Earth. By learning this text, the students can understand the difficulties that the theory of Evolution met in the process of its popularization in the Christian countries, even in the democratic and open America.

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	Unit 1: The Middle Eastern Bazaar	6			
2	Unit 2: Hiroshima----the "liveliest" city in Japan	6			
3	Unit 5: Speech on Hitler's Invasion of the USSR	6			
4	Unit 9: Mark Twain----Mirror of America	7			
5	Unit 10: The Trial that Rocked the Earth	7			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课，考核方式为考查。成绩构成为平时成绩 60%，期末成绩 40%，平时成绩由出勤、课堂练习、课后练习、课堂表现等组成，期末成绩由考查结果决定。最终成绩评定为五级制。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：大学英语（一）、大学英语（二）、大学英语（三）、大学英语（四）、旅游英语 A（一）、A（二）

后续课程和教学环节：高级英语 C（二）

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

张汉熙, 王立礼主编. 高级英语（修订本）第一册（重排版）. 外语教学与研究出版社.

### （二）主要参考书目

1. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(2). 上海外语教育出版社.
2. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(3). 上海外语教育出版社.
3. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(4). 上海外语教育出版社.
4. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(5). 上海外语教育出版社.

制订人：柯英

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《休闲旅游学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Leisure Tourism

课程代码: BU272305

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

随着经济的发展及游客需求水平的提升,人们已不满足于传统的观光旅游,而是更注重旅游过程中的文化传播、体验与欣赏,追求心理和精神及多方面发展的需要。休闲旅游时代已然到来。理论要能够反映实践的发展,因此休闲旅游学课程也应反映旅游业发展的实际。本课程的基本要求是掌握休闲旅游的概念,理解并掌握休闲旅游资源的分类,了解我国休闲旅游开展和实施的情况,了解不同休闲旅游目的地的特点,并重点掌握苏州休闲旅游的特点,能够运用知识开发设计休闲旅游产品。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

绪论

休闲旅游发展趋势之一

休闲旅游发展趋势之二

第一章 休闲旅游概述

第一节 休闲概述

第二节 休闲旅游的产生与发展

第三节 休闲旅游资源的特征和类型

第四节 中国休闲旅游资源概况

第二章 休闲旅游资源类型介绍

第一节 城市风貌

第二节 商业街区

第三节 文化艺术

第四节 民俗风情

第五节 风味特产

第六节 近郊山水

### 第三章 休闲旅游区介绍

第一节 东北休闲旅游区

第二节 华北休闲旅游区

第三节 华东休闲旅游区

第四节 华南休闲旅游区

第五节 华中休闲旅游区

第六节 西南休闲旅游区

第七节 西北休闲旅游区

第八节 港澳台休闲旅游区

### 第四章 休闲旅游产品开发

第一节 休闲旅游产品特点

第二节 休闲旅游产品开发原则

第三节 休闲旅游产品开发流程

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	绪论	2			
2	第一章 休闲旅游概述	2			
3	第二章 休闲旅游资源类型介绍	12			
4	第三章 休闲旅游区介绍	8			
5	第四章 休闲旅游产品开发	6			
10	考查	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考核占总成绩的 40%。平时成绩由出勤率、作业、随堂

提问组成，占总成绩的60%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论，中国旅游资源

后续课程和教学环节：客源国概况，旅游开发与规划

平行开设课程和教学环节：中国旅游文化

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

无

### （二）主要参考书目

1. 中国旅游研究院. 中国休闲发展年度报告 2013-2014. 旅游教育出版社.
2. 罗明义. 休闲型旅游目的地培育研究. 科学出版社.
3. 霍尔编，周昌军译. 旅游休闲地理学. 旅游教育出版社.

制订人：赵慧莎

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《中国古典园林》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Classical Gardens in China

课程代码: BU272306

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

### (一) 教学内容

#### 第一章 先秦两汉——中国古典园林的孕育发展期

##### 第一节 中国古典园林的起源——囿

##### 第二节 先秦两汉皇家园林

##### 第三节 私家园林在汉代的出现

基本要求: 学习并掌握中国古典园林在先秦两汉是如何孕育发展的, 了解中国古典园林的起源——囿, 大致了解先秦两汉的皇家园林, 以及在汉代开始有了记载的私家园林。

#### 第二章 魏晋南北朝: 中国园林的成长期

##### 第一节 魏晋南北朝社会文化背景概述

##### 第二节 私家园林

##### 第三节 皇家园林

##### 第四节 寺观园林的兴起

基本要求: 学习并掌握中国古典园林在魏晋南北朝是如何发展成长的, 了解魏晋南北朝社会文化背景对园林发展的作用, 了解私家园林、皇家园林的情况特别是寺观园林的兴起背景和影响。

#### 第三章 走向成熟: 隋唐时期的园林

##### 第一节 隋朝文化及其园林

##### 第二节 唐朝长安、洛阳的皇家园林

##### 第三节 唐朝私家园林的文人化

#### 第四节 寺观园林的普及

基本要求：学习并掌握中国古典园林在隋唐是如何走向成熟的，了解隋朝文化及其园林，唐朝长安、洛阳的皇家园林，重点了解唐朝私家园林的文人化，以及寺观园林的普及及其影响和意义。

### 第四章 可圈可点的宋元园林

#### 第一节 宋代园林

#### 第二节 元代园林

基本要求：了解并掌握中国古典园林在宋元明清时期是如何精彩纷呈的，了解宋代园林、元代园林的大概情况，重点掌握明清皇家园林的情况，以及以江南园林为代表的明清私家园林的发展状况和艺术特色。

### 第五章 争奇斗艳的明清园林

#### 第一节 明清皇家园林

#### 第二节 以江南园林为代表的明清私家园林

基本要求：了解并掌握中国古典园林在宋元明清时期是如何精彩纷呈的，了解宋代园林、元代园林的大概情况，重点掌握明清皇家园林的情况，以及以江南园林为代表的明清私家园林的发展状况和艺术特色。

### 第六章 山水花鸟与中国园林

#### 第一节 叠石掇山

#### 第二节 造湖理水

#### 第三节 植物造景

#### 第四节 动物造景

基本要求：学习并掌握中国古典园林与山水花鸟的密切关系，了解中国园林叠石掇山、造湖理水、植物造景和动物造景的技巧和作用。

### 第七章 中国古代园林艺术

#### 第一节 中国园林的风格和特色

#### 第二节 中国园林的意境

基本要求：学习并掌握中国古典园林的风格、特色和意境，从中西园林文化和造园技巧的对比，更好地了解中国古典园林的艺术技巧和作用。

### 三、教学内容及学时数分配

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 先秦两汉——中国古典园林的孕育发展期	6			
2	第二章 魏晋南北朝：中国园林的成长期	2			
3	第三章 走向成熟：隋唐时期的园林	4			
4	第四章 可圈可点的宋元园林	6			
5	第五章 争奇斗艳的明清园林	4			
6	第六章 山水花鸟与中国园	4			
7	第七章 中国古代园林艺术	4			
8	复习、考查	2			
合计		32			
		32			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

总评成绩由平时成绩占 60%，期末论文占 40% 构成。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：中国旅游资源等。

后续课程和教学环节：景点景区管理等。

平行开设课程和教学环节：中国旅游文化。

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

陈来生. 中国园林史话. 黄山书社.

##### (二) 主要参考书目

1. 金学智. 中国园林美学. 中国建筑工业出版社.
2. 周维权. 中国古典园林史. 清华大学出版社.
3. 王正均. 图说中国古典园林史. 中国水利水电出版社.

制订人：陈来生

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《高级英语 C（二）》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Advanced English C2

课程代码: BU272307

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

高级英语是一门训练学生综合英语技能尤其是阅读理解、语法修辞与写作能力的课程。通过阅读和分析内容广泛的材料,包括涉及政治、经济、社会、语言、文学、教育、哲学、法律、宗教及自然科学等方面的名家作品,扩大学生的知识面,加深学生对社会和人生的理解,培养学生对名篇的分析和理解能力、逻辑思维能力与独立思考的能力,增强对文化差异的敏感性,巩固和提高学生英语语言技能。每课后都配有大量的相关练习,包括阅读理解、词汇研究、问题分析、中英互译和写作练习等。通过该课程的学习,使学生的英语水平在质量上有较大的提高。要求学生课前对每个单元的相关文化背景知识作必要的了解,预习课文;学习用英语对词语、句子进行释义;认识和辨别课文中出现的各种修辞手法;了解英语中各种文体的作用和特点;在老师指导下分析、欣赏文章的写作技巧、文章的结构、语言特点;学会查找参考书,并自己动手写注释、做笔记等。最终做到能够较熟练的用英语对某些词语及句子进行解释;能准确地指出文章中的修辞;能欣赏文章中的写作技巧及结构。具体要求为:

(1)加强写、译能力的培养。要求学生在深刻理解所读文章的基础上,抓住要点,并能运用正确的观点、正确和流畅的语言表述和评价材料的内容,形式以故事梗概、阐明某一问题的短文或读书报告为主。结合所学的材料,对所学词汇和语法等能在英汉互译中灵活地正确运用。译文从句子、段落逐渐过渡到短文。

(2)以拓宽学生的知识面,开阔其眼界为宗旨,加强对所读材料的背景知识和作者简介等方面的介绍和评述,要指导学生自行搜寻、挖掘和整理有关文章的背景知识、作者生平等。由此,使学生对工具书不仅能有所接触,且能学会查找和运用,为今后工作能力的提高打下较好的基础。扩大阅读面,能独立完成相关阅读材料的理解和分析。

(3)逐步引入语言学知识,通过学习课文感知语言规律并运用语言规律,促进学生英语听、说、读、写、译等综合能力的提高。

### 三、教学内容及学时数分配

#### (一) 教学内容

Unit 1: Face to Face with Hurricane Camille. This is a piece of narration. The students are demanded to know the elements of narration and how to make a narrative writing. Also required is the usage of titles and headings.

Unit 2: Marrakech. This is a piece of exposition or expository writing. The students are required to know the elements of exposition and how to write a good expository article.

Unit 4: Inaugural Address. As one of the most famous inaugural speeches made by American presidents, this one made by Kennedy is sure to be learnt by any student who is in the advanced studying of English. Some of the paragraphs are so well-known that they are worth learning by heart.

Unit 10: The Sad Young Men. This is a piece of expository writing. It focuses on the attitudes and revolt of the young people who returned from World War One, disappointed and disillusioned. The students who are interested in English and American literature can have a bird-eye view of the “Sad Young Men”, or “The Lost generation”.

Unit 14: Loving and Hating New York. This article is a piece of expository writing. Most of the terms in the Notes to the text are examples of American English. The students can learn some American English from this text.

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	Unit 1: Face to Face with Hurricane Camille	6			
2	Unit 2: Marrakech	6			
3	Unit 4: Inaugural Address	6			
4	Unit 10: The Sad Young Men	7			
5	Unit 14: Loving and Hating New York	7			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

该课程为考查课，考核方式为考查。成绩构成为平时成绩 60%，期末考试成绩 40%，平时成绩由出勤、课堂练习、课后练习、课堂表现等组成，期末成绩由考查结果决定。最终成绩评定为五级制。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：大学英语（一）、大学英语（二）、大学英语（三）、大学英语（四）、旅游英语 A（一）、A（二）、高级英语 C（一）

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

张汉熙, 王立礼主编. 高级英语（修订本）第二册（重排版）. 外语教学与研究出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(3). 上海外语教育出版社.
2. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(4). 上海外语教育出版社.
3. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(5). 上海外语教育出版社.
4. 李观仪主编. 新编英语教程(第三版)(6). 上海外语教育出版社.

制订人：柯英

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《旅游消费者行为学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: A Study of the Behavior of Tourism Consumers

课程代码: BU272309

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

本课程是旅游管理专业的一门专业基础课。它的研究对象是作为旅游消费主体的旅游者,研究其特殊的生活方式和消费行为,这是开发客源市场、提高消费水平的考量因子,值得从现代消费理论、社会心理方面和消费行为模式方面加以研究。

本课程将从中西方消费观念的对比中进行考察,在古今不同的社会背景下进行比较,主要介绍旅游客源市场及旅游客流规律,旅游业的概念和旅游产品的开发,旅游者的出游动机、消费水平、消费心理、感知态度、行为特征等心理特征以及信息搜集、决策、购后评价等方面的行为规律,使学生通过本课程的学习,初步了解和掌握旅游者及其消费行为的基本要素及其相互关系,在市场开拓、项目开发、商品组织等各方面都能得到理论的指导,今后在工作中能为旅游企业制订相应的营销战略,满足消费者不断变化的要求。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 旅游消费者的概念、形成条件

##### 第一节 旅游者的概念与形成条件

##### 第二节 旅游消费者的概念与特点

基本要求:通过本章学习,了解旅游者的概念和形成条件,以及旅游消费者的概念与特点,为学习旅游消费行为的相关内容打下基础。

#### 第二章 旅游消费活动的条件、特点与类型

##### 第一节 旅游消费活动的条件

## 第二节 旅游消费活动的特点

## 第三节 旅游消费活动的类型

基本要求：通过本章学习，了解旅游消费活动的条件、特点与类型。

## 第三章 旅游消费活动的行为模式和心理特征

### 第一节 旅游消费活动的行为模式

### 第二节 旅游消费活动的心理特征

基本要求：通过本章学习，了解旅游消费活动的行为模式和心理特征。

## 第四章 旅游消费行为的社会观念和群体规律

### 第一节 旅游消费行为的社会观念

### 第二节 旅游消费行为的群体规律

基本要求：通过本章学习，了解旅游消费行为的社会观念和群体规律。

## 第五章 旅游消费活动的文化对比

### 第一节 中国人的旅游消费观念

### 第二节 西方人的旅游消费观念

### 第三节 中西不同旅游消费观念的深层探析

基本要求：通过本章学习，了解中国人的旅游消费观念和西方人的旅游消费观念，对中西不同的旅游消费观念进行深层探析，为利用旅游消费行为开发客源市场打下基础。

## 第六章 旅游消费行为的发展趋势

### 第一节 旅游消费行为的心理变化

### 第二节 旅游消费行为的模式嬗变

基本要求：通过本章学习，了解旅游消费行为的心理变化和旅游消费行为的模式嬗变，为市场开发奠定必要的理论基础。

## 第七章 旅游消费与市场开发

### 第一节 旅游客源市场及旅游客流规律

### 第二节 旅游消费行为与旅游产品的开发

基本要求：通过本章学习，了解并掌握旅游客源市场及旅游客流规律，以及旅游消费行为与旅游产品的开发。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 旅游消费者的概念、形成条件	4			
2	第二章 旅游消费活动的条件、特点与类型	6			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
3	第三章 旅游消费活动的行为模式和心理特征	4			
4	第四章 旅游消费行为的社会观念和群体规律	4			
5	第五章 旅游消费活动的文化对比	4			
6	第六章 旅游消费行为的发展趋势	4			
7	第七章 旅游消费与市场开发	4			
8	复习、考查	2			
合计		32			
		32			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

总评成绩由平时成绩占 60%，期末论文占 40% 构成。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论、中国旅游文化等

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：客源国概况

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

无

##### (二) 主要参考书目

1. 杜炜. 旅游消费者行为学. 南开大学出版社.
2. 吴清津. 旅游消费者行为学. 旅游教育出版社.
3. 刘菲. 旅游消费心理与行为. 经济管理出版社.

制订人：陈来生

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《客源国概况》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Survey of the Destination Countries

课程代码: BU272310

课程类别: 学科任选

学 时: 16

学 分: 1

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

该课程主要任务是培养学生的综合观察能力和全面分析的思维习惯, 扩大学生的知识视野, 使学生能够在有限的时间内, 初步了解和掌握有关中国旅游客源国的必要知识和背景材料, 为今后实践和工作或从事旅游活动打下良好的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

该课程主要内容包括: 世界旅游环境和我国出境旅游状况、东亚主要客源国、东南亚主要客源国、欧洲主要客源国、美国、澳大利亚等。全书通过归纳各主要客源国的旅游环境特点, 重点介绍 30 个主要客源国家的著名旅游城市及其主要景点, 体例明晰, 内容翔实。

### 绪 论

#### 第一节 世界旅游环境

#### 第二节 世界旅游资源区划

#### 第三节 中国出境旅游概况

基本要求: 使学生能够了解有关世界旅游环境和世界旅游资源区划的基本情况, 了解世界各区域的旅游环境。

### 第一章 东亚主要客源国

#### 第一节 韩国

#### 第二节 日本

基本要求: 使学生能够了解东亚地区的旅游环境。初步掌握韩国、日本国情和著

名旅游景点。

## 第二章 东南亚主要客源国

### 第一节 菲律宾

### 第二节 泰国

基本要求：使学生能够了解东南亚地区的旅游环境。初步掌握菲律宾、马来西亚、印度尼西亚、新加坡、泰国国情和著名旅游景点。

## 第三章 欧洲主要客源国

### 第一节 英国

### 第二节 法国

### 第三节 意大利

### 第四节 俄罗斯联邦

基本要求：使学生能够了解欧洲主要客源国的旅游环境。初步掌握英国、法国、意大利、俄罗斯联邦国情和著名旅游景点。

## 第四章 美国

基本要求：使学生能够初步掌握美国国情和著名旅游景点。

## 第五章 澳大利亚

基本要求：使学生能够初步掌握澳大利亚国情和著名旅游景点。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	绪论	2			
2	第一章 东亚主要客源国	4			
3	第二章 东南亚主要客源国	2			
4	第三章 欧洲主要客源国	4			
5	第四章 美国	2			
6	第五章 澳大利亚	2			
合计		16			
		16			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考核占总成绩的 40%，平时成绩由出勤率、作业、提问

组成，占总成绩的 60%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：旅游学概论、中国旅游资源

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：旅游日语 A（二）

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

马洪元主编. 世界旅游资源基础. 南开大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 许晓光著. 世界旅游地理. 天津大学出版社.
2. 杨阿莉. 旅游资源学. 北京大学出版社.
3. 黄建文编. 世界旅游手册. 湖南地图出版社.

制订人：马洪元

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《酒店服务运营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Hotel Service Operations Management

课程代码: BU272312

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

## 二、教学目标与要求

本门课程主要目的是在学生学习了酒店管理专业理论知识的基础上,对酒店服务运营的具体工作状态和模式有更加深入的认识。通过对不同部门服务运营的案例与数据分析,同时结合相关实践操作模拟,从服务的内容、服务的流程、服务的设计、服务的质量、服务的管理等方面出发,训练学生对酒店服务运营管理中不同层级、部门、具体服务内容存在问题的分析和解决能力,进一步巩固相关理论知识和服务技巧,为下一阶段的实习作准备。

基本要求:

1. 掌握酒店服务运营的具体内容;
2. 能熟练操作酒店运营部门服务内容;
3. 了解服务运营管理的方式和方法;
4. 能根据具体的数据或案例分析酒店服务运营状态;
5. 能根据酒店服务运营状态对酒店相关服务做出调整。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 服务性质的转变

- 一、导言
- 二、服务经济
- 三、全球旅游业与酒店业
- 四、各项服务之间的相互依存关系

五、作为服务产业的酒店业

六、服务套餐

七、服务产品的有形性与无形性

基本要求：重点掌握酒店运营的各项服务及其性质，了解酒店服务的发展趋势和当前酒店服务的特点。

## 第二章 服务产品的性质

一、导言

二、各服务产品之间的差异

三、管理问题

基本要求：掌握酒店不同服务的内容和服务技巧，以及如何管理和规范酒店服务。

## 第三章 质量——服务的核心

一、导言

二、质量管理的经济影响

三、质量管理的成本

四、全面质量管理的核心理念

五、有关服务质量的特殊案例

六、了解服务质量管理的理论

基本要求：了解服务质量管理，体会服务质量的重要性，通过案例分析，结合服务质量管理理论，掌握服务质量管理方法。

## 第四章 了解顾客的需求

一、导言

二、服务企业的顾客

三、内部顾客

四、外部顾客

五、衡量服务质量

基本要求：分析酒店市场的顾客构成，了解并掌握分析方法，运用相关方法和知识分析酒店顾客的服务需求，针对酒店已经提供的服务进行分析，衡量现有服务质量。

## 第五章 服务愿景

一、导言

二、服务愿景或服务理念

三、服务战略

四、服务过程

五、完善服务系统

六、服务设计与蓝图技巧

七、“关键接触”的管理

八、设计和管理服务网络

基本要求：在以往理论和实践操作的基础上，了解酒店当前的服务战略与过程，分析有关案例和数据，学习如何提高服务质量和完善服务系统，并在此基础上了解如何设计服务。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 服务性质的转变	2	4		
2	第二章 服务产品的性质	2	10		
3	第三章 质量——服务的核心	4	2		
4	第四章 了解顾客的需求	6			
5	第五章 服务愿景	4			
合计		18	14		
		32			

## 本课程实验项目

实验项目编号	实验项目名称	学时分配	实验要求	实验类型	每组人数	实验目的及要求
BU26230501	酒店各项服务介绍	4	必修	综合	1	回顾和深入了解酒店运营中的各项服务。
BU26230502	酒店服务内容和操作技巧	8	必修	综合	1	酒店服务内容的实际操作，具体包括前厅部、客房部、餐饮部各运营部门的具体服务内容的操作流程和操作规范，要求掌握和熟练操作各项服务内容。
BU26230503	服务质量检验	2	必修	综合	1	掌握酒店各项服务质量的具体评价标准和评价方法，要求可快速检验和评定服务人员的服务水平和成果

开放性课程实验： 是 否

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，成绩评定按平时成绩 60%，期末成绩 40% 的比例核算最终考核成绩。其中实验 14 学时，按平时成绩 20% 计入。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：饭店管理概论、餐饮管理、前厅与客房管理、酒吧经营管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：世界著名酒店集团管理案例

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

（澳）坎达姆普利著，程尽能等译. 服务管理：酒店管理的新模式. 旅游教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 胡欣悦. 服务运营管理. 人民邮电出版社.
2. 王大悟，刘耿大. 酒店管理 180 个案例品析. 中国旅游出版社.
3. 瞿立新. 酒店服务标准：理论与实务. 复旦大学出版社.
4. 谢礼, 彭家敏, 关新华. 服务管理. 清华大学出版社.

制订人：谢佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《电子商务物流》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: E-commerce Logistics

课程代码: BU272401

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

课程任务:

电子商务物流是物流管理专业的学科任选课,通过本课程的学习,使学生掌握电子商务物流的基本知识、发展趋势及发展前景,以鲜活案例形式提升学生应用知识的能力和学生的学习兴趣,增强学生的实际操作能力和创新意识。

完成本课程学习后,学生应达到以下要求:

1. 掌握电子商务物流的模式
2. 掌握电子商务物流成本管理
3. 掌握电子商务物流信息技术
4. 掌握电子商务供应链管理的运作模式与实施

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 电子商务物流概述

##### 第一节 物流概述

##### 第二节 电子商务与物流

##### 第三节 电子商务物流管理概述

基本要求:通过学习理解物流,电子商务的概念和意义;掌握电子商务物流的概念、特点、原则与职能。了解电子商务与物流之间的关系。

#### 第二章 物流实体网络

##### 第一节 物流实体网络概述

## 第二节 仓储管理与库存控制

## 第三节 包装

## 第四节 装卸搬运

## 第五节 运输管理

## 第六节 流通加工与配送管理

基本要求：理解物流实体的基本环节；掌握运输与配送的方式；了解包装与装卸搬运的过程。

## 第三章 电子商务物流模式

### 第一节 自营物流模式

### 第二节 第三方物流模式

### 第三节 虚拟物流

### 第四节 物流联盟

### 第五节 国际物流

### 第六节 新型物流

基本要求：掌握电子商务物流模式的类型，理解各种类型的特点。

## 第四章 网上物流服务

### 第一节 网上物流服务概述

### 第二节 网上物流服务内容

### 第三节 网上物流服务平台

基本要求：了解网上物流服务的过程，掌握网上物流服务的具体内容，了解网上物流服务平台的运营模式。

## 第五章 电子商务物流成本管理

### 第一节 电子商务物流成本概述

### 第二节 物流成本计算

### 第三节 作业成本法

### 第四节 量本利分析法

### 第五节 物流绩效评价

基本要求：理解电子商务物流成本的概念和影响因素；掌握物流成本的几种计算方法。

## 第六章 电子商务物流信息技术

### 第一节 物流信息技术概述

### 第二节 条形码技术

### 第三节 射频识别技术

### 第四节 EDI 技术

### 第五节 物流智能终端技术

### 第六节 定位技术

### 第七节 地理信息系统

基本要求：理解电子商务物流信息技术的几种类型，掌握电子商务领域中条形码技术和定位技术及地理信息系统的应用。

## 第七章 电子商务物流管理信息系统

### 第一节 物流管理信息系统概述

### 第二节 ERP 系统

### 第三节 客户关系管理系统

### 第四节 智能运输系统

基本要求：了解电子商务物流管理信息系统的类型和特点，掌握每种系统的功能模块和工作原理。

## 第八章 供应链管理

### 第一节 供应链管理概述

### 第二节 供应链管理运作模式

### 第三节 供应链管理方法

### 第四节 供应链管理实施

基本要求：了解供应链管理的运作模式，掌握电子商务供应链管理的实施方法。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 电子商务物流概述	4			
2	第二章 物流实体网络	4			
3	第三章 电子商务物流模式	4			
4	第四章 网上物流服务	4			
5	第五章 电子商务物流成本管理	4			
6	第六章 电子商务物流信息技术	4			
7	第七章 电子商务物流管理信息系统	4			
8	第八章 供应链管理	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程是属于考查课，考核方式为笔试。

成绩评定由平时成绩占 60%，期末成绩占 40% 构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学

后续课程和教学环节：物流经济学、物流管理信息技术

平行开设课程和教学环节：电子商务、物流设施与设备

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

王小宁主编. 电子商务物流管理. 北京大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 邵贵平. 电子商务物流管理. 人民邮电出版社.
2. 杨路明. 电子商务物流管理. 机械工业出版社.
3. 方磊. 电子商务物流管理. 清华大学出版社.

制订人：黄文军

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《超市物流》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Supermarket Logistics

课程代码: BU272402

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理, 物流管理(国际)

## 二、教学目标与要求

**教学目标:** 通过本课程的学习, 使学生全面了解零售业态的变革、连锁企业内涵等基本知识的基础上, 将连锁超市, 特别是大型连锁超市与便利店作为学习对象, 掌握包括内部布局、陈列, 商品管理, 门店促销活动组织与实施, 工作人员作业管理等内容。

**教学要求:** 通过本课程的学习, 使学生比较系统地掌握超市经营与管理的基本方法和策略, 能够运用所学知识并结合超市实际运营情况作出判断, 为提高超市的经营管理提出有效建议。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 连锁企业门店营运管理的目标和标准

##### 第一节 门店运营与管理的具体目标

##### 第二节 门店运营与管理标准的制定

##### 第三节 门店运营与管理标准的展开与实施

**基本要求:** 了解门店经营管理的具体目标、制定管理标准的具体步骤和制定控制门店的制度与标准, 掌握标准的实施, 包括编写营业手册, 建立完整的培训系统, 不断探索改善运营标准等。

#### 第二章 大型连锁超市的卖场布局

##### 第一节 连锁商店卖场布局的作用

##### 第二节 连锁商店的货架形式

### 第三节 连锁商店的统一货架布局

### 第四节 连锁超级市场的卖场布局

基本要求：了解连锁商店卖场布局的作用，掌握货架的摆放形式和布局，掌握超市通道设计的基本原则，货架布局方式，布局中磁石理论的应用等。

## 第三章 连锁商店的商品陈列和维护

### 第一节 连锁商店卖场内商品布置

### 第二节 商品配置表的功能与制定

### 第三节 连锁商店商品陈列的主要要求

### 第四节 连锁商店商品陈列的类型

### 第五节 连锁商店商品陈列的维护

### 第六节 连锁超级市场商品陈列的基本方法

基本要求：了解商品的归类、商品配置的面积分配和商品的位置配置，掌握商品配置表的管理功能和制作程序以及后期修正，掌握商品陈列的基本要求和特殊性要求，掌握商品陈列的各种类型和基本方法，了解商品陈列的维护。

## 第四章 店长、理货员、收银员的作业管理

### 第一节 店长的作业管理

### 第二节 理货员的作业管理

### 第三节 收银员的作业管理

基本要求：了解店长需要具备的能力，理货员、收银员的职业道德，掌握店长年、月、日工作内容，掌握理货员、理货员的工作职责，掌握营业前、营业中和营业后的作业流程。

## 第五章 门店进货和存货作业管理

### 第一节 商品分类管理

### 第二节 科学订货

### 第三节 门店进存货作业管理

### 第四节 库存控制

基本要求：掌握商品分类管理的 ABC 方法，掌握科学订货方法，了解门店进货、存货作业流程，掌握库存控制内容、流程。

## 第六章 门店促销活动的组织和实施

### 第一节 促销对连锁企业门店营运的作用

### 第二节 卖场的促销方式

### 第三节 POP 广告的使用

#### 第四节 门店促销活动的检核

基本要求：在了解门店促销的作用的基础上，掌握门店促销方式、及门店促销方式方法的选择，掌握 POP 广告的分类及使用，掌握门店促销活动组织与实施的流程，能够综合利用促销相关知识制定门店促销计划。

### 第七章 商品盘点作业管理

#### 第一节 盘点作业的目的

#### 第二节 盘点作业流程

#### 第三节 建立盘点制度

#### 第四节 盘点作业的组织落实和责任区确定

#### 第五节 盘点作业操作规范

基本要求：了解盘点作业流程，掌握盘点制度的建立、盘点作业的组织落实与责任区确定，盘点前的准备工作、盘点作业操作规范以及盘点后处理工作等。

### 第八章 客户关系管理

#### 第一节 客户细分

#### 第二节 客户满意

#### 第三节 客户忠诚

#### 第四节 客户异议处理

基本要求：了解客户细分的重要性，掌握客户细分、满意及忠诚的相关基础知识，掌握建立客户满意客户忠诚的方法，能够综合分析案例，解决实际问题；掌握顾客对商品、服务、安全和环境的投诉以及投诉方式，建立顾客投诉意见处理系统，掌握顾客意见的投诉处理程序，建立顾客关系管理制度。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	课程导入及第一章连锁企业门店营运管理的目标和标准	2			
2	第二章 连锁商店的卖场布局	3			
3	第三章 连锁商店的商品陈列和维修	6			
4	第四章 店长、理货员、收银员的作业管理	3			
5	第五章 门店进货和存货作业管理	6			
6	第六章 门店促销活动的组织和实施	4			
7	第七章 商品盘点作业管理	4			
8	第八章 客户关系管理	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。

成绩评定由平时成绩 60%，包括考勤、平时作业成绩、课堂表现成绩；期末成绩 40%，开卷考试构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：物流学、管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

张晔清. 连锁企业门店营运与管理. 立信会计出版社.

### （二）主要参考书目

1. 崔利群, 谢群英. 现代超市物流与配送. 经济管理出版社.
2. 刘联辉. 超市物流. 中国物资出版社.
3. 金娟. 连锁超市经营管理实务. 海天出版社.

制订人：王佳

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《物流系统仿真》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics System Simulation

课程代码: BU272403

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

物流系统仿真是物流管理专业的学科任选课,通过本课程的学习,学生能够了解物流仿真原理和物流仿真软件的知识、应用,具备对基本物流问题的仿真建模能力,培养学生对具体物流问题的分析、解决能力。

物流系统仿真的基本要求:

1. 掌握物流系统仿真原理和过程;
2. 了解物流仿真的作用、应用领域和发展方向;
3. 掌握应用 ARENA 物流仿真软件对基本物流问题、物流过程进行建模;
4. 掌握 ARENA 物流仿真软件的仿真应用,并对仿真结果进行分析;

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 概述

第一节 仿真概述

第二节 仿真技术的发展

第三节 主要的计算机仿真软件

第四节 物流系统仿真概述

重点: 了解几种主要的计算机仿真软件,理解物流系统仿真的含义。

#### 第二章 随机离散系统仿真

第一节 随机离散系统概述

第二节 离散系统仿真的例子

### 第三节 离散系统仿真的相关概念

### 第四节 离散系统仿真的一般过程

重点：例举几种典型的离散系统实例，理解离散系统仿真的概念。

难点：掌握离散系统仿真的一般过程。

## 第三章 仿真研究的统计学基础

### 第一节 随机变量及其概率分布

### 第二节 仿真输入数据的拟合度检验

### 第三节 Arena 随机分布函数

重点：理解 Arena 软件中给出的各类随机分布函数。

难点：仿真输入数据的拟合度检验。

## 第四章 初识 Rockwell Arena

### 第一节 Arena 基本操作

### 第二节 Arena 仿真实例

重点：掌握 Arena 软件的基本操作，理解实体、队列和资源的含义。

难点：应用 Arena 软件建立基本的系统仿真模型。

## 第五章 库存水平优化仿真

### 第一节 库存概述

### 第二节 库存水平优化仿真案例

重点：掌握 Arena 流程模块判断、延迟和复制的使用。

难点：应用 Arena 软件对简单的库存系统进行仿真优化。

## 第六章 仓库布局设计仿真

### 第一节 仓库布局设计概述

### 第二节 仓库设计优化仿真

重点：掌握 Arena 处理、获取和释放模块的使用。

难点：应用 Arena 软件对简单的仓库布局进行仿真优化。

## 第七章 仿真数据的输入和输出

### 第一节 用输入分析器分析数据

### 第二节 Arena 仿真模型的输出数据

### 第三节 用输出分析器分析模型结果

重点：掌握 Arena 输入输出分析器的使用。

难点：理解仿真输入数据的处理过程及方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 概述	2			
2	第二章 随机离散系统仿真	2		2	
3	第三章 仿真研究的统计学基础	2		2	
4	第四章 初识 Rockwell Arena	6		2	
5	第五章 库存水平优化仿真	2		2	
6	第六章 仓库布局设计仿真	2		2	
7	第七章 仿真数据的输入和输出	4		2	
合计		20		12	

## (三) 实验、上机相关内容

本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	Rockwell Arena 软件基本操作	2		
2	Rockwell Arena 软件中实体、队列和资源创建	2		
3	Rockwell Arena 软件中统计函数的应用	2		
4	库存水平优化仿真	2		
5	仓库布局设计仿真	2		
6	仿真数据的输入和输出	2		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，期末考核以小论文和大作业的形式进行。成绩评定从平时和期末两个方面考查。平时成绩以课堂出勤、回答问题和上机作业为考核依据，占 60%；期末成绩以小论文和大作业的成绩为考试依据，占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：概率统计、应用统计、物流设施与设备、物流经济学  
 后续课程和教学环节：供应链管理、物流系统分析与设计

平行开设课程和教学环节：物流运作管理、物流工程

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

李欣. 物流系统建模与仿真. 格致出版社.

### （二）主要参考书目

1. 隗志才. 管理系统仿真建模及应用. 清华大学出版社.
2. 齐二石. 物流工程. 高等教育出版社.
3. 王亚超等. 生产物流系统建模与仿真. 科学出版社.
4. Bank, J. 离散事件系统仿真. 机械工业出版社.

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《外包管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Outsourcing Management

课程代码: BU272405

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 物流管理

## 二、教学目标与要求

外包管理是物流管理专业的学科任选课,通过本课程的学习,使学生掌握我国服务外包的发展趋势、基本理论和方法,了解服务外包的基本模式,并能较熟练地运用理论分析解决服务外包中的实际问题。

完成本课程学习后,学生应达到以下要求:

1. 掌握服务外包的基本概念和理论
2. 了解服务外包的发展趋势
3. 掌握服务外包基本业务和操作方法
4. 运用所学知识,分析服务外包领域的实际问题

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 外包的发展背景

第一节 外包的技术支持

第二节 外包的产业形态

第三节 外包的全球战略

第四节 外包的国际分工

第五节 外包的管理创新

第六节 中国服务外包的发展

基本要求: 了解外包产生的原因和背景,掌握现代服务外包的发展趋势和规律,认识现代服务外包的重要性

## 第二章 外包概述

### 第一节 概念

### 第二节 特征

### 第三节 外包优势

### 第四节 外包的垂直行业

基本要求：掌握外包的基本概念和特征，了解外包涉及的行业。

## 第三章 服务外包的业务种类

### 第一节 IT 外包

### 第二节 业务流程外

### 第三节 知识流程外包

### 第四节 数字内容外包

基本要求：了解和把握服务外包的具体形式和内容，重点掌握 IT 外包、业务流程外包、知识流程外包、数字内容外包等业务种类，掌握具体操作方法。

## 第四章 服务外包的国际市场

### 第一节 发展状况

### 第二节 离岸业务发包市场的模式与特点

### 第三节 离岸业务接包市场的模式与特点

基本要求：重点掌握国外服务外包市场的现状，发包和接包模式和特点。

## 第五章 服务外包的中国市场

### 第一节 中国产业结构的转型

### 第二节 中国服务外包接包市场发展概况

### 第三节 中国服务外包发包市场发展概况

基本要求：重点掌握中国服务外包市场的现状，发包和接包模式和特点。

## 第六章 服务外包的保障体系

### 第一节 质量控制

### 第二节 风险管理

### 第三节 客户关系管理

### 第四节 政策与法律保障

基本要求：重视服务外包环境建设，掌握服务外包保障体系的主要构成内容。

## 第七章 外包人力资源需求

### 第一节 外包企业人力资源总体状况

### 第二节 外包人才适用的职业资格认证

### 第三节 从业人员职业素养

基本要求：了解服务人才的基本素质和能力要求，熟悉服务外包人才的培育渠道和方式。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章外包的发展背景（含课程序言）	4			
2	第二章外包概述	4			
3	第三章服务外包的业务种类	6			
4	第四章服务外包的国际市场	4			
5	第五章服务外包的中国市场（含课堂讨论）	6			
6	第六章服务外包的保障体系	4			
7	第七章外包人力资源需求	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式为笔试。成绩评定方式：平时占 60%，期末占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、物流学、采购管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：国际货运代理、企业资源计划

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

杨东. 服务外包管理. 中国人民大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 陈永强. 服务外包管理. 清华大学出版社.
2. 魏秀敏主编. 服务外包教程. 中国商务出版社.
3. 张达凯. 服务外包战略决策. 化学工业出版社.

制订人：黄文军

审核人：徐天舒

审定人：余晓红

# 《资产评估学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Asset Evaluations

课程代码: BU272502

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

资产评估学 (Asset Evaluations) 是金融工程专业学生的一般必修课程和工商管理投资与理财管理方向学生的学科任选课程。本课程的任务是向相关专业的学生系统介绍有关资产评估的概念、原理、方法和基本操作要领及其综合应用的知识。涉及资产评估的演变、评估的基本原理和具体操作方法与案例解析等多方面的内容。

基本要求:

- 1、学生能初步形成进行有关资产评估的基本思维模式
- 2、训练学生会应用四类基本方法对主要资产类型中的实物资产能够做初步的评估
- 3、能按照资产评估操作流程的要求初步完成有关资产评估的计划、实施和报告编写

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1章 资产评估总论

- 1.1 资产评估的含义及特点
- 1.2 资产评估目的与价值类型
- 1.3 资产评估假设
- 1.4 资产评估的原则
- 1.5 资产评估与会计、审计的关系
- 1.6 与资产评估的有关问题

基本要求: 了解和掌握资产评估的基础任务设计; 资产评估的业务范围; 资产评估风险及防范

## 第2章 资产评估的基本方法与流程

- 2.1 市场法
- 2.2 成本法
- 2.3 收益法
- 2.4 清算价格法和历史成本法
- 2.5 评估方法的关系与方法选择
- 2.6 资产评估程序概述
- 2.7 资产评估工作程序和基本要求
- 2.8 资产评估中信息收集与处理

基本要求：掌握明确各评估要素的内涵及内容；理解资产管理业务发生对资产评估的影响；掌握基本的资产评估程序；掌握常用资产评估的主要内容和基本评估方法。

本章是全课程的重点和难点所在。

重点：评估的基本流程与方法

难点：各种方法、标准与价格之间的匹配性

## 第3章 机器设备的评估

- 3.1 机器设备评估概述
- 3.2 成本法在机器设备评估中的应用
- 3.3 市场法在机器设备评估中的应用
- 3.4 收益法在机器设备评估中的应用
- 3.5 机器设备评估精选案例

基本要求：理解设计机器设备评估的基本任务及其基本原理；掌握机器设备评估的主要内容；明确机器设备评估有关方法应用的基本原理；掌握评估的适用条件。

重点：成本法使用的条件与收益法的区别

难点：成本法的主要构成与应用要求

本章是课程的一个重点。

## 第4章 房地产评估

- 4.1 房地产评估概述
- 4.2 市场法在房地产评估中的应用
- 4.3 收益法在房地产评估中的应用
- 4.4 成本法在房地产评估中的应用
- 4.5 其他方法在房地产评估中的应用

基本要求：掌握房地产价格评估的任务设计；掌握房地产价格评估的基本要求和

主要内容；掌握房地产价格评估的具体应用与条件；掌握土地价格评估的基本方法和步骤。

本章是课程的另一重点。

## 第5章 流动资产评估

### 5.1 流动资产评估概述

### 5.2 实物类流动资产的评估

### 5.3 货币类资产及债权类流动资产的评估

基本要求：了解流动资产评估中各个科目与会计账目的关系；掌握流动资产评估的基本知识；掌握对账的内容和要求，特别是账实核对中资产清查的内容；掌握实物类流动资产评估的基本要求和主要方法；掌握债券类及货币类流动资产的评估的方法及适用范围（难点）。

本章是全课程的又一重点所在。

重点：库存产品的评估

难点：待摊费用及其与资产评估的关系

## 第6章 无形资产评估

### 6.1 无形资产评估概述

### 6.2 收益法在无形资产评估中的应用

### 6.3 成本法在无形资产评估中的应用

### 6.4 市场法在无形资产评估中的应用

### 6.5 专利权和专有技术评估

### 6.6 商标资产评估

### 6.7 商誉的评估

基本要求：了解无形资产评估的基本知识，掌握无形资产评估的适用条件和要求；掌握可确指无形资产价格评估的基本方法和主要内容；了解不可确指无形资产价格评估的基本原理和主要方法。

本章是课程的又一难点。

重点：资产、及其与无形资产的主要构成

难点：不可确指资产及其评估

## 第7章 企业价值与整体资产评估

### 7.1 企业价值与整体资产评估概述

### 7.2 收益法在企业价值与整体资产评估中的应用

### 7.3 市场法在企业价值与整体资产评估中的应用

#### 7.4 成本法在企业价值与整体资产评估中的应用

#### 7.5 企业价值与整体资产精选案例

基本要求：掌握企业价值评估与整体资产评估的基本知识；能非常清楚地知道企业价值既整体资产评估的基础工作任务和重点难点所在；能针对企业的特点和规模，正确判断和估算企业的整体价值，并能将所评估的结论加以应用。第一节是课程的难点。

重点：企业价值与整体资产的关系及其评估

难点：企业价值与整体资产评估中不可确指无形资产的评估

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	资产评估总论（1）	1			
2	资产评估总论（2）	2			重点
3	资产评估的基本方法与流程（1）	2			
4	资产评估的基本方法与流程（2）	2			
5	机器设备评估概述	2			
6	机器设备的评估（1）	2			
7	机器设备的评估（2）	1			重点
8	房地产评估概述	2			重点
9	房地产评估的基本方法与案例	2			难点
10	流动资产评估（1）	2			重点
11	流动资产评估（2）	2			难点
12	无形资产评估（1）	2			重点
13	无形资产评估（2）	2			难点
14	企业价值与整体资产评估	2			难点
15	资产评估的成果及其表达	2			难点
16	小结与复习	2			
合计		32			
		32			

### (三) 实践环节和要求

通过授课期间特别是后期分组以小组为单位进行关于某类资产评估业务的实务机构调研，联系实际了解评估理论的应用。

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

#### 1、教学和考核方式：

本课程为考查课。

总评成绩由平时成绩 60%，期末卷面 40% 构成。

#### 2、习题：

（1）问答题：每章布置 1~3 题

（2）计算题：在讲完第 2、6 章后，每章选择 2~3 题

（3）补充思考题

#### 3、能力培养要求：

通过本课程的理论学习，培养学生会根据评估对象熟练运用四种基本的资产评估方法选择评估标准；能够正确的收集、汇总、编制和审核待评估资产的有关资料和信息；能针对不同企业和委托评估资产的性质以及业务范围准确设置评估流程；能熟练运用各种评估技术对各类受托待评估资产按程序进行评价估算；能够综合运用资产评估的基本技能独立完成单项资产和以企业为主的整体资产的资产价值评估；能够适应单项资产等初级资产评估岗位的需要，能够适应整体资产和资源性资产评估等行业和职业发展岗位的需要。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学、管理学、统计学、市场营销学、公司理财

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

陈昌龙. 资产评估（第三版）. 清华大学出版社/北京交通大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 乔志敏. 资产评估学教程（第三版）. 中国人民大学出版社.

2. 朱萍. 资产评估学. 复旦大学出版社.

3. 于鸿君. 资产评估教程. 清华大学出版社.

4. 全国注册资产评估师考试用书编写组. 资产评估. 中国财政经济出版社.

制订人：王勇

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《金融经济学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Economics

课程代码: BU272503

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

本课程是金融工程专业的学科任选课。课程从经济学角度研究家庭和企业的金融决策问题以及资产价格的形成和决定问题,内容涉及金融和金融体系的基本介绍、时间与资源的配置、价值评估模型、风险管理和资产组合理论、资产定价、公司金融等金融领域的基本问题。通过该课程的学习,使学生能够抓住金融问题的实质,掌握金融分析和金融决策的基本方法,为以后的学习打下基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融和金融体系

##### 第一节 金融经济学

##### 第二节 金融市场和金融机构

##### 第三节 管控财务健康状况和经营业绩

重点: 金融市场、金融机构的种类和特征, 财务报表分析和财务规划制定;

难点: 金融市场中的比率, 财务指标信息, 融资规划及营运资本管理。

#### 第二章 时间与资源配置

##### 第一节 跨期配置资源

##### 第二节 居民户的储蓄和投资决策

##### 第三节 投资项目分析

重点: 货币时间价值的相关计算, 居民的储蓄投资决策, 投资项目分析;

难点: 投资项目分析。

### 第三章 价值评估模型

第一节 市场价值评估的基本原理

第二节 已知现金流的价值评估：债券

第三节 普通股的价值评估

重点：债券和普通股的价值评估；

难点：债券和普通股的价值评估理论和方法。

### 第四章 风险管理和资产组合理论

第一节 风险管理的基本原理

第二节 对冲、投保以及分散化

第三节 资产组合的机会以及选择

重点：风险管理的基本原理和基本方法；

难点：资产组合理论及对冲原理。

### 第五章 资产定价

第一节 资本市场均衡

第二节 远期市场和期货市场

第三节 期权市场以及或有要求权市场

重点：资本市场均衡理论，远期、期货、期权的定价；

难点：资本资产定价模型，期货、期权的定价。

### 第六章 公司金融

第一节 公司财务结构

第二节 实物期权

重点：公司融资的选择，实物期权的概念与定价；

难点：资本结构理论，实物期权的定价。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 金融和金融体系	4			
2	第二章 时间与资源配置	6			
3	第三章 价值评估模型	6			
4	第四章 风险管理和资产组合理论	6			
5	第五章 资产定价	6			
6	第六章 公司金融	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。

成绩评定方式：

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 20%；小论文，占总成绩的 20%；重要案例分析（小组作业），占总成绩的 20%；平时成绩合计占总成绩的 60%。

期末成绩：课程论文或开卷考试，占总成绩的 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：高等数学、线性代数、微观经济学、会计学；

后续课程和教学环节：金融工程学、国际金融、证券投资学、金融风险管理等；

平行开设课程和教学环节：财务管理、宏观经济学、货币银行学、金融市场学。

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

兹维·博迪, 罗伯特·默顿等著, 曹辉等译. 金融学. 中国人民大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 王江. 金融经济学. 中国人民大学出版社.
2. 黄奇辅等. 金融经济学基础. 清华大学出版社.
3. 宋逢明. 金融经济学导论. 高等教育出版社.

制订人：刘霞

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融市场学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial Market

课程代码: BU272504

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

金融市场学是研究市场经济条件下金融市场运行机制及其各主体行为规律的科学。随着中国改革开放的日益深入和社会主义市场经济体系的日益完善,金融市场愈益成为整个经济体系的核心,金融市场学的研究也愈益重要。

本课程的教学目的是要求学生掌握金融市场的基本理论和基本知识,掌握金融市场的各种运行机制,主要金融变量之间的相互联系,为日后进一步学习、理论研究和开展实际工作奠定扎实的基础。课程坚持理论联系实际为特色,结合本专业学生的特色,将学科有关知识和能力培养相结合,要求学生能运用所学理论、知识和方法分析金融市场的相关热点问题,提出解决方法,并能将自己的观点完整清晰地展现出来。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融市场概论

##### 导论

##### 第一节 金融市场的含义和功能

##### 第二节 金融市场要素

##### 第三节 金融市场的历史与发展趋势

教学重点: 金融市场的含义、功能及金融市场要素

教学难点: 金融市场创新的动因与原理理解

#### 第二章 货币市场

##### 第一节 货币市场概述

第二节 同业拆借市场

第三节 回购协议市场

第四节 商业票据市场

第五节 银行承兑汇票市场

第六节 大额可转让定期存单市场

第七节 短期政府债券市场

教学重点：货币市场的总体特征与类型，各类型货币市场的特征

教学难点：回购协议市场的特征

### 第三章 债券市场

第一节 债券概述

第二节 债券市场的运行

第三节 债券投资的收益与风险

第四节 债券的价格

教学重点：债券的特征、种类，债券市场的功能，债券的定价

教学难点：债券的定价

### 第四章 股票市场

第一节 股票市场概述

第二节 股票市场的运行

第三节 股票投资的收益与风险

第四节 股票的价格与价格指数

教学重点：股票的定义和性质，股票投资的收益与风险，股票定价

教学难点：股票定价的基本原理与价格指数

### 第五章 基金市场

第一节 基金市场总述

第二节 基金市场运行

第三节 基金的投资、价格与评价

教学重点：证券投资基金的特征，证券投资基金的发行与交易

教学难点：证券投资基金的价格形成原理与基金品种创新

### 第六章 金融衍生工具市场

第一节 金融衍生工具市场概述

第二节 金融远期合约

第三节 金融期货市场

#### 第四节 金融期权市场

#### 第五节 金融互换市场

#### 第六节 其他金融衍生工具市场

教学重点：金融衍生工具的概念与特征、各类型衍生工具的定价原理和功能

教学难点：各类型衍生工具的定价原理

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章金融市场概论	4			
2	第二章货币市场	6			
3	第三章债券市场	4			
4	第四章股票市场	5			
5	第五章基金市场	4			
6	第六章金融衍生工具市场	9			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。

成绩评定方式：

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 20%；小论文，占总成绩的 20%；重要案例分析（小组作业），占总成绩的 20%；平时成绩合计占总成绩的 60%。

期末成绩：课程论文或开卷考试，占总成绩的 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学

后续课程和教学环节：证券投资学、投资银行学

平行开设课程和教学环节：货币银行学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

张亦春等编著. 金融市场学. 高等教育出版社.

## (二) 主要参考书目

1. 彼得 S. 罗斯 (Peter S. Rose), 米尔顿 H. 马奎斯 (Milton H. Marquis), 陆军. 金融市场学 (原书第十版). 机械工业出版社.
2. 谢百三. 金融市场学 (第二版). 北京大学出版社.
3. 晏艳阳. 《金融市场学》. 高等教育出版社.
4. 沈悦. 《金融市场学》(第二版). 科学出版社.

制订人：刘霞

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《应用随机过程》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Applied Stochastic Processes

课程代码: BU272505

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

《应用随机过程》是金融工程专业必修课。内容包括引论, 泊松过程, 马尔可夫链, 更新过程, 分支过程, 平稳过程, 布朗运动, 讲授随机过程的基本知识与有关应用。通过该课程的学习, 培养学生认识随机现象、掌握概率规律, 解决实际问题的能力, 为他们将来从事科学研究、教学工作以及实际应用打下坚实的基础。

通过随机过程课程的学习, 使学生掌握随机过程的基本概念, 基本理论及运用, 是学生深入学习概率论与数理统计和精算学专业的某些专业课程的基础。针对专业特点和专业要求, 力求以概率的观点来讲述随机过程的理论, 逐步培养学生利用随机过程的理论和技能解决应用概率问题。培养学生运用随机过程的方法分析问题、解决问题的能力。通过随机过程的整个教学过程, 不断提高学生素质, 为培养我国社会主义现代化建设的高层次、综合型人才作准备。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1章 预备知识

- 1.1 概率空间
- 1.2 随机变量与分布函数
- 1.3 数字特征、矩母函数与特征函数
- 1.4 收敛性
- 1.5 独立性与条件期望

重点: 掌握随机变量的特征函数的定义、性质与求法, 掌握条件期望的定义, 性

质和运用，掌握随机和的矩母函数。

难点：掌握条件期望的定义，性质和运用，掌握随机和的矩母函数。

## 第 2 章 随机过程的基本概念和基本类型

### 2.1 基本概念

### 2.2 有限维分布与 Kolmogorov 定理

### 2.3 随机过程的基本类型

重点：掌握随机过程的背景，定义及分类，掌握随机过程的一维，二维分布函数，有限给分布函数，均值函数，方差函数与协方差函数等重要的数字特征，以及随机过程的特征函数的定义与应用。

难点：掌握随机过程的一维，二维分布函数，有限给分布函数，均值函数，方差函数与协方差函数等重要的数字特征，以及随机过程的特征函数的定义与应用。

## 第 3 章 Poisson 过程

### 3.1 Poisson 过程

### 3.2 与 Poisson 过程相联系的若干分布

### 3.3 Poisson 过程的推广

重点：掌握和理解泊松过程中关于发生时刻和次数的等价事件，掌握时间间隔的分布，发生时刻的分布，掌握泊松过程中来到时刻的条件分布。

难点：掌握泊松过程中来到时刻的条件分布。

## 第 4 章 更新过程

### 4.1 更新过程的定义及若干分布

### 4.2 更新方程及其应用

### 4.3 更新定理

### 4.4 Lundberg-Cramer 破产论

### 4.5 更新过程的推广

重点和难点：掌握更新过程的定义及其应用。

## 第 5 章 Markov 链

### 5.1 基本概念

### 5.2 状态的分类及性质

### 5.3 极限定理及平稳分布

### 5.4 Markov 链的应用

### 5.5 连续时间 Markov 链

重点：掌握离散时间 Markov 链的基本概念，熟练掌握转移概率、状态分类与性质，极限分布和平稳分布，熟悉马尔可夫链的应用。

难点：掌握常返性的判别及性质， $P_{ij}^{(n)}$  的渐近性质与平稳分布。

## 第 6 章 鞅

### 6.1 基本概念

### 6.2 鞅的停时定理及其应用

### 6.3 一致可积性

### 6.4 鞅收敛定理

### 6.5 连续鞅

重点和难点：掌握随机游动和鞅的背景与定义，掌握停时理论及其应用。

## 第 7 章 Brown 运动

### 7.1 基本概念与性质

### 7.2 Gauss 过程

### 7.3 Brown 运动的鞅性质

### 7.4 Brown 运动的 Markov 性

### 7.5 Brown 运动的最大值变量及反正弦律

### 7.6 Brown 运动的几种变化

重点和难点：掌握布朗运动过程的定义和独立增量性，掌握将一般布朗运动转化为标准布朗运动的方法，掌握独立增量的密度函数，联合密度函数和条件密度函数，掌握布朗运动过程的首达时概念及概率函数，掌握布朗运动过程的最大值概念及概率函数。

## 第 8 章 随机积分

### 8.1 关于随机游动的积分

### 8.2 关于 Brown 运动的积分

### 8.3 Ito 积分过程和 Ito 公式

### 8.4 Black-Scholes 模型

重点和难点：掌握伊藤积分过程和伊藤积分公式的应用。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第1章 预备知识	4			
2	第2章 随机过程的基本概念和基本类型	4			
3	第3章 Poisson 过程	4			
4	第4章 更新过程	4			
5	第5章 Markov 链	4			
6	第6章 鞅	4			
7	第7章 Brown 运动	4			
8	第8章 随机积分	4			
合计		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，考核方式为开卷。

期末总评成绩由平时成绩（60%），期末成绩（40%）构成。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：概率论与数理统计，应用统计，高等数学，线性代数

后续课程和教学环节：金融时间序列分析，

平行开设课程和教学环节：金融工程学，计量经济学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

张波，张景肖编著. 应用随机过程. 清华大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 陈良均，朱庆棠主编. 随机过程及应用. 高等教育出版社.

2. [美]A. 帕普力斯著，保镇等译. 概率、随机变量与随机过程（第四版）. 西安交通大学出版社.

3. Edward P.C Kao 著. An Introduction to Stochastic Processes. 机械工业出版社.

制订人：乔小燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融工程前沿讲座》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Lectures on Advanced Financial Engineering

课程代码: BU272506

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

目标: 通过授课使学生掌握金融工程的基本分析方法以及远期、期权、互换等衍生金融产品的基本原理; 掌握运用金融衍生产品套期保值的手段; 了解信用风险和信用衍生工具; 了解期权定价的模型与原理等; 初步学会运用工程技术的思想与方法, 如建模、数值计算等设计新型金融产品, 创造性地解决金融问题; 同时通过授课、作业、案例分析等培养学生金融工程思维。

要求:

- (1) 通过教学, 使学生掌握金融工程的基本分析方法。
- (2) 通过教学, 使学生熟练掌握远期、期货、期权、互换等衍生金融产品的含义、市场运作、交易策略等基础知识。
- (3) 通过教学, 使学生熟练掌握远期、期货、期权、互换等衍生金融产品并且进一步了解衍生的简单结构性产品的定价方法。
- (4) 通过教学, 使学生熟练掌握远期、期货、期权、互换等衍生金融产品进行套期保值、风险管理和套利的的基本方法与思路。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一讲 金融工程简介与应用

20 世纪 70 年代以来, 公司理财、商业银行和投资机构业务的迅猛变化及计算机信息技术的飞速发展, 产生了一个新的学术概念——金融工程。投资基金、金融衍生工具等风险管理技术的爆炸式发展使金融业发生深刻变化, 使金融科学从传统的描述

性和分析性的阶段转移到工程化阶段，这种金融创新大规模地创造出经济和社会效益。此讲分析金融工程的概念和产生与发展的动因，研究我国金融领域面临的主要困难，以及如何发展我国的金融工程，提高金融效率。

重点：金融工程概述。

难点：金融工程的基本概念。

### 第二讲 金融工程的核心分析技术研究

金融工程的核心技术由无套利分析、分解、组合和整合技术构成，金融工程技术主要应用于套期保值、套利、投机和构造组合等方面。随着金融市场在我国的不断发展和完善，金融工程技术在我国得以应用的条件也日臻成熟。

重点：金融工程的基本方法的理解

难点：金融工程的基本方法的应用

### 第三讲 非完美市场条件下远期（期货）定价探讨

随着我国金融市场的逐步开放和金融衍生产品的日益成熟，研究出适合我国证券市场需求的金融衍生产品已成为一个焦点问题。在完美市场条件下远期(期货)的无套利定价理论的基础上，证明了在非完美市场条件下远期(期货)价格区间，以完善对金融衍生产品定价理论及方法的研究，以期通过不断地学习和实践，为结合我国的国情特点，创造出符合中国市场需求的全新的金融衍生产品提供理论支持。

重点：期货定价理论

难点：期货定价公式

### 第四讲 国际融资风险管理的套期保值工具

在以市场利率和浮动汇率为主导的当前国际经济环境下，汇率变动风险和利率变动风险成为国际融资必须面对的日常风险。本讲讨论了国际融资风险管理的套期保值工具及其运用。国际融资汇率风险管理的套期保值工具主要包括远期外汇合约、外汇期货合约和外汇期权合约。国际融资利率风险管理的套期保值工具主要包括货币互换、利率互换、远期利率协议、利率期货和利率期权。

重点：利率市场化意义

难点：利率风险的概念

### 第五讲 控制外汇风险的有效工具——金融互换以及与我国企业资本结构管理

金融互换是目前国际上应用最普遍的金融衍生工具之一，例如利率互换被广泛应用于外汇市场的中长期利率风险防范。但是在我国其运用范围却十分有限，尤其在企业的债务风险管理、改善资本结构等方面几乎没有应用。本讲从金融互换对资本结构的积极作用的角度，说明其在我国企业改善资本结构方面应用的必要性与可行性。

重点：利率互换

难点：利率互换的应用

#### 第六讲 金融互换产品的定价模式研究

金融互换的定价无论是对互换媒介（主要是互换银行）还是对互换的终端用户（主要是企业）都是至关重要的。对互换银行而言，要求其必须能报出适当价格，这样才能保证银行利润的最大化、风险的极小化；而对参与互换的企业而言，他们应该弄清互换银行为何如此报价，报价合理性，才能在互换交易达成过程中占据主动，降低互换成本。因此，了解金融互换的定价模式具有很大的现实意义，但当前对金融互换定价的研究却相对较少，本讲将以利率互换为例，探讨金融互换的定价模型。

重点：互换的定价原理

难点：互换的概念

#### 第七讲 期权市场与订单农业在农产品市场风险防范中的比较与选择

产品市场信息的不完备性使交易面临着较大的市场风险，订单农业在一定程度上满足了微观主体规避市场风险的需求，在农产品市场风险的防范中发挥着正面效应，但在实践中尚存在契约设计不规范、制度安排不合理、履约难度大等不足，而且未能形成利益风险共担机制，这在一定程度上降低了其规避风险作用。本讲在借鉴国外农产品期权市场发展经验的基础上，对订单农业和农产品期权市场的避险功能进行系统的分析比较，并就如何将订单农业与农产品期权市场相结合，逐步构建我国农产品期权市场，充分发挥两种避险工具的效应，规避农产品市场风险给出政策建议。

重点：期权的思想

难点：期权的基本概念

#### 第八讲 期权价格的确定过程分析

介绍了衍生金融工具一期权的期权价格形成问题。探讨了影响欧式期权的期权价格的内外因素，并以此框定了期权价格的变化范围。分析了期权的内在价值、时间价值和期权价格波动范围之间的关系。

重点：期权的定价原理

难点：期权的定价公式

#### 第九讲 期权定价模型中几个重要比率的分析以及定价模型在股票定价中的应用

传统的股利折现模型在对股票定价的过程中，不能精确地确定投资者的预期收益率和未来支付的现金股利，因此存在着一定的缺陷与不足。公司的权益资本（股票）具有期权的特性，公司的股票实质上是基于公司价值的看涨期权，该期权的执行价格就是公司债券到期时的还本付息的金额。于是可以用期权定价模型来对股票定价。该

方法不需要估计未来的现金股利和投资者的预期收益率，在一定程度上克服了传统股票定价方法的缺陷。

重点：期权模型比较

难点：期权模型

第十讲 股票指数期权在境外市场的应用现状及对国内投资者的借鉴意义

股票指数期权作为全球迅速发展的一种金融工具，其对经济的促进作用越来越引起关注。研究开发股指期货不仅是紧跟全球发展趋势的需要，同时也是中国金融衍生品市场发展的内在需要。

重点：系统风险的控制

难点：股指期货

第十一讲 外汇期权在商业银行外汇风险管理中的应用

商业银行有必要采用外汇期权这种避险工具对其外汇寸头保值，以避免该外汇头寸因汇率风险而蒙受损失。根据外汇期权套期原理，商业银行预计在未来某一确定时间将收到某种外币时，可以通过买入同一时间到期的该外币卖权来对冲风险，这样保证了该外币的价值将不会低于执行价格，而且银行还可以从任何有利的汇率变动中受益。

重点：外汇期权的概念

难点：外汇期权的应用

第十二讲 浅谈企业规避利率风险以及利率期权合同的应用

利率期权是企业防范利率风险的一个主要工具。可为企业在利率突然变动时提供一个规避风险的途径。利率期权的特点是使利率期权的买方享受到利率向有利方向变动时的全部好处，保护了他们在利率向相反方向变动时免遭损失；利率期权的卖方向买方收取期权费，同时承担相应的责任。利率期权的种类有利率上限、利率下限和利率上下限。利率期权具有价格发现、投资获利和风险转移的功能，也具备规避风险、控制财务成本和增加收益的功能。

重点：利率风险控制

难点：利率期权的应用

第十三讲 最大收益最小风险的期权套期保值策略以及与期货套期保值的比较研究

套期保值就是投资者利用某些金融工具，通过对冲交易来规避现货价格风险的一种策略。即投资者通过套期保值来建立现货市场与金融市场之间的一个互相冲抵的机制，从中达到保值的目的是。用于套期保值的金融工具可以有很多，我们把使用期货作为工具来进行套期保值的策略称为期货套期保值策略，把使用期权作为工具进行套期

保值的策略称为期权套期保值策略。本讲首先讨论期权套期保值的收益与风险，然后通过建立模型来研究期权套期保值问题，并建立最大收益最小风险的模型对期权套期保值进行研究。

重点：期权套期保值的理论

难点：期权套期保值策略

#### 第十四讲 结构性金融衍生产品之探讨

结构性金融衍生产品是把固定收益金融产品和金融衍生品进行组合设计出的一种新型金融产品，种类繁多、结构多样。在美洲、欧洲和亚洲都有非常大的市场规模和繁多的产品种类。结构性金融衍生产品增加了资本市场的完备性、深化了市场的风险配置功能、增强了资本的流动性以及提高了金融衍生市场的信用水平。在我国结构性金融衍生产品首先以外币结构性存款的形式出现，自 2003 年以来得到快速发展。借鉴国际经验，应在鼓励结构性衍生产品发展的同时，着重加速金融衍生品交易所市场的发展。

重点：结构性金融衍生产品的概念

难点：结构性金融衍生产品的开发

#### 第十五章 美国次级按揭贷款危机及对我国金融风险管理的启示

2007 年 2 月，美国次级债危机初现端倪，并且通过“蝴蝶效应”引起了全球金融市场剧烈震荡。各大投资银行在这次危机中损失惨重，为防范系统性风险，主要国家央行多次采取注资和降息等救市措施。这场危机展现出的现代金融系统性风险的程度、深度和波及范围大大超出了我们对传统金融风险的认知，对既有的金融风险管理和监管模式都带来了前所未有的挑战，也为我国金融创新体制下的风险管理模式赋予了新的启示。

重点：金融危机的特点

难点：金融危机的研判

#### 第十六章 金融工程：研究方向与发展展望

根据金融工程的广义定义，总结了金融工程在金融工具定价、利率变化模型、金融风险控制技术、银行资产负债管理决策模型、保险数学等方面的最新研究进展和研究方法。尽管金融工程的快速发展丰富了风险管理技术，但不能完全消灭金融风险，只是通过金融工具的组合运用，提供了分散风险的方法。金融工程的发展应该致力于建立和不断完善金融机构全面系统的内部风险控制机制。

重点：风险控制技术比较

难点：金融机构内部风险控制机制的构建

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
			实验	上机	
1	金融工程简介与应用	2			
2	金融工程的核心分析技术研究	2			
3	非完美市场条件下远期（期货）定价探讨	2			
4	国际融资风险管理的套期保值工具	2			
5	控制外汇风险的有效工具-金融互换以及与我国企业资本结构管理	2			
6	金融互换产品的定价模式研究	2			
7	期权市场与订单农业在农产品市场风险防范中的比较与选择	2			
8	期权价格的确定过程分析	2			
9	期权定价模型在股票定价中的应用	2			
10	股票指数期权在境外市场的应用现状及对国内投资者的借鉴意义	2			
11	外汇期权在商业银行外汇风险管理中的应用	2			
12	浅谈企业规避利率风险以及利率期权合同的应用	2			
13	最大收益最小风险的期权套期保值策略以及与期货套期保值的比较研究	2			
14	结构性金融衍生产品之探讨	2			
15	美国次级按揭贷款危机及对我国金融风险管理的启示	2			
16	金融工程：研究方向与发展展望	2			
合计		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末考试成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：金融工程学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

郑振龙, 陈蓉. 金融工程 (第三版). 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 叶永刚. 金融工程学. 东北财经大学出版社.
2. 宋逢明. 金融工程. 清华大学出版社.

制订人: 钱燕

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《网络金融》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Network Finance

课程代码: BU272507

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

本课程的教学目的是使学生深入认识网络金融内涵及其在网络经济运行中的重要地位,理解网络金融运行的基本技术基础,掌握网络金融的主要方面:电子支付、网络银行、网络证券和在线保险等,了解网络金融的发展历史和现状。尤其重要的,是要理解网络金融给金融业和整个经济带来的内在和外部影响,包括风险控制和监管等问题。其次,学生应当通过本课程的学习,学会运用网络金融学的相关理论和知识分析现实生活中的金融现象和问题,提高分析问题和解决问题的能力。

### (二) 基本要求

1、使学生对网络金融的基本理论有较全面和较深入的认识;通过对各种网络金融产品和模式的讲解分析,使学生掌握网络金融(网络银行、网络证券和期货、网络保险)的主要知识体系、基本观点。

2、通过课堂讲解、讨论和学生课下阅读、思考,使学生掌握网络拓展与创新网络金融业务的正确方法,对网络金融理论和现实方面的一些问题能有一定的独立思考能力。

3、要求学生在学完本课程后,提高学生在金融领域应用高科技的素养,能运用网络金融的方法和基本理论,独立地分析评述网络金融业务的特征和发展趋势

## 三、教学内容及学时数分配

### 第一章网络金融概述

#### 第一节电子商务的产生和发展

## 第二节网络金融的发展

### 第三节网络金融对社会经济的影响

教学重点：掌握网络金融对传统金融业造成的影响

教学难点：掌握网络金融对传统金融业造成的影响

## 第二章网络支付与结算

### 第一节网路支付与结算概述

### 第二节网络支付系统

### 第三节网上跨行支付系统

### 第四节第三方支付

### 第五节移动支付

教学重点：掌握网络支付与结算的原理，第三方支付原理及应用，移动支付的运作及发展动态。

教学难点：掌握网络支付与结算的原理，第三方支付原理。

## 第三章网络支付工具

### 第一节银行卡的网上支付

### 第二节电子货币

### 第三节电子钱包

### 第四节电子现金

### 第五节电子支票

教学重点：掌握电子货币的定义与分类、掌握电子支付工具种类

教学难点：掌握电子货币的定义与分类、掌握电子支付工具种类

## 第四章网络银行

### 第一节网络银行概述

### 第二节网络银行的功能

### 第三节网络银行的运作模式

### 第四节手机银行

教学重点：掌握网络银行的功能和运作模式

教学难点：掌握网络银行的功能和运作模式

## 第五章网络证券

### 第一节网络证券业务概述

### 第二节网上证券发行业务

### 第三节网上证券交易业务

#### 第四节网络证券的创新发展

教学重点：掌握网络证券的定义、网上证券发行和交易业务

教学难点：掌握网络证券的定义、网上证券发行和交易业务

### 第六章网络保险

#### 第一节网络保险概述

#### 第二节网络保险的运作

#### 第三节网络保险的模式创新

教学重点：掌握网络保险的概念、掌握网络保险的运作

教学难点：掌握网络保险的概念、掌握网络保险的运作

### 第七章网络金融创新

#### 第一节网络金融创新业务概述

#### 第二节网络余额理财

#### 第三节 P2P 网贷

#### 第四节众筹

#### 第五节网络融资服务的延伸

教学重点：掌握网络余额理财、P2P 网贷、众筹、网络融资

教学难点：掌握网络余额理财、P2P 网贷、众筹、网络融资

### 第八章网络金融安全

#### 第一节网络金融安全概述

#### 第二节网络金融的安全技术

#### 第三节网络金融认证系统

#### 第四节网络金融安全协议与标准

教学重点：掌握网络金融安全技术、认证系统、安全协议与标准

教学难点：掌握网络金融安全技术、认证系统、安全协议与标准

### 第九章网络金融风险

#### 第一节网络金融风险概述

#### 第二节网络金融的经营风险

#### 第三节网络金融的安全风险

教学重点：掌握网络金融的经营风险、安全风险

教学难点：掌握网络金融的经营风险、安全风险

### 第十章网络金融监管

#### 第一节网络金融监管概述

第二节网络银行监管

第三节电子货币监管

第四节网络证券与保险的监管

第五节第三方支付的监管

第六节网络金融创新业务监管

教学重点：掌握网络金融监管的内涵、模式与现状

教学难点：掌握网络金融监管的内涵、模式与现状

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 网络金融概述	4			
2	第二章 网络支付与结算	4			
3	第三章 网络支付工具	4			
4	第四章 网络银行	4			
5	第五章 网络证券	2			
6	第六章 网络保险	2			
7	第七章 网络金融创新	4			
8	第八章 网络金融安全	2			
9	第九章 网络金融风险	2			
10	第十章 网络金融监管	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课，平时成绩占 60%，期末考试成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、宏观经济学、货币银行学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：房地产金融

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

杨天翔, 薛誉华, 刘亮. 网络金融. 复旦大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 李耀东, 李钧. 互联网金融. 电子工业出版社.
2. 张劲松. 网络金融 (第二版). 机械工业出版社.
3. 李海峰. 网络融资: 互联网经济下的新金融. 中国金融出版社.
4. 岳意定, 吴庆田, 李明清. 网络金融 (第二版). 东南大学出版社.
5. 沈晓平. 网络金融. 电子工业出版社.

制订人: 钱燕

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《房地产金融》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Real Estate Finance

课程代码: BU272508

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

房地产金融是一门介于房地产经济学、货币银行学、保险学和投资学等学科之间的交叉学科。通过该课程的学习,使学生对房地产金融机构、房地产银行信用、房地产抵押贷款、住房公积金制度、房地产信托等有全面系统的认识,重点掌握房地产金融产品的特征、运行和相关操作,初步具有分析地产金融热点问题和解决问题的能力,从而为房地产金融投资实践奠定理论基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融基础知识

第一节 金融的基本概念

第二节 利率、现值和资产定价

第三节 信贷基本知识

第四节 货币政策

第五节 其他金融理论简介

重点: 收益率与资产定价, 房地产贷款与房地产抵押贷款;

难点: 收益率与资产定价。

#### 第二章 房地产金融概述

第一节 房地产金融的含义、分类与特征

第二节 房地产金融市场

第三节 中国房地产金融机构

重点：改革开放后的房地产金融市场和房地产金融机构发展概况；

难点：当前房地产市场的融资途径及存在问题。

### 第三章 房地产开发贷款

第一节 房地产信贷概述

第二节 房地产开发贷款的含义与分类

第三节 房地产开发贷款的操作流程

第四节 房地产开发贷款的项目评估

第五节 房地产开发贷款的风险控制

第六节 房地产开发贷款保险

重点：房地产开发贷款的操作流程、项目评估与风险控制；

难点：房地产开发贷款的项目评估和风险控制。

### 第四章 房地产开发企业的上市融资、债券融资和项目融资

第一节 房地产开发企业的上市融资

第二节 房地产企业的债券融资

第三节 房地产项目融资

重点：房地产企业的上市融资与债券融资；

难点：房地产企业的上市融资方式，发债融资的信用评级。

### 第五章 房地产信托与房地产投资信托基金

第一节 从信托到房地产信托

第二节 房地产投资信托基金

第三节 操作模式与实施案例

重点：房地产信托与房地产信托投资基金；

难点：房地产信托的操作模式，房地产信托投资基金的运作和实施。

### 第六章 个人住房贷款

第一节 个人住房贷款的相关概念

第二节 个人住房贷款的操作流程

第三节 个人住房贷款的偿还

第四节 提前还贷问题

第五节 个人住房抵押贷款保险

重点：个人住房贷款的偿还和个人住房抵押贷款保险；

难点：提前还贷问题。

### 第七章 住房金融体系与住房公积金

### 第一节 住房金融体系概述

### 第二节 住房公积金与住房公积金贷款

### 第三节 中国的住房公积金制度

重点：政策性住房金融的作用，中国住房公积金制度的发展历程；

难点：当前中国住房公积金制度存在问题与完善。

## 第八章 房地产证券化

### 第一节 房地产证券化概述

### 第二节 房地产证券化产品

### 第三节 房地产证券化产品定价分析

### 第四节 中国房地产证券化的发展情况

重点：房地产证券化产品与产品定价分析；

难点：房地产证券化产品与产品定价分析。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 金融基础知识	3			
2	第二章 房地产金融概述	3			
3	第三章 房地产开发贷款	4			
4	第四章 房地产开发企业的上市融资、债券融资和项目融资	5			
5	第五章 房地产信托与房地产投资信托基金	5			
6	第六章 个人住房贷款	4			
7	第七章 住房金融体系与住房公积金	4			
8	第八章 房地产证券化	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。

成绩评定方式：

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 20%；小论文，占总成绩的 20%；重

要案例分析（小组作业），占总成绩的 20%；平时成绩合计占总成绩的 60%。

期末成绩：课程论文或开卷考试，占总成绩的 40%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、微观经济学、证券投资学、货币银行学、保险学、金融工程学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：基金投资与管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

董藩，赵安平. 房地产金融. 清华大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 谢经荣，殷红，王玉玫. 房地产金融. 中国人民大学出版社.
2. 邓宏乾. 房地产金融. 复旦大学出版社.
3. (美) 特瑞斯·M·克劳瑞特，G·斯泰西·西蒙斯著，张志强，蒋一军等译. 房地产金融：原理和实践. 中国人民大学出版社.
4. 龙胜平，方奕. 房地产金融与投资概论. 高等教育出版社.

制订人：黄承辰

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《房地产金融》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Real Estate Finance

课程代码: BU272508

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 金融工程

## 二、教学目标与要求

房地产金融是一门介于房地产经济学、货币银行学、保险学和投资学等学科之间的交叉学科。通过该课程的学习,使学生对房地产金融机构、房地产银行信用、房地产抵押贷款、住房公积金制度、房地产信托等有全面系统的认识,重点掌握房地产金融产品的特征、运行和相关操作,初步具有分析地产金融热点问题和解决问题的能力,从而为房地产金融投资实践奠定理论基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 金融基础知识

第一节 金融的基本概念

第二节 利率、现值和资产定价

第三节 信贷基本知识

第四节 货币政策

第五节 其他金融理论简介

重点: 收益率与资产定价, 房地产贷款与房地产抵押贷款;

难点: 收益率与资产定价

#### 第二章 房地产金融概述

第一节 房地产金融的含义、分类与特征

第二节 房地产金融市场

第三节 中国房地产金融机构

重点：改革开放后的房地产金融市场和房地产金融机构发展概况；

难点：当前房地产市场的融资途径及存在问题。

### 第三章 房地产开发贷款

第一节 房地产信贷概述

第二节 房地产开发贷款的含义与分类

第三节 房地产开发贷款的操作流程

第四节 房地产开发贷款的项目评估

第五节 房地产开发贷款的风险控制

第六节 房地产开发贷款保险

重点：房地产开发贷款的操作流程、项目评估与风险控制；

难点：房地产开发贷款的项目评估和风险控制

### 第四章 房地产开发企业的上市融资、债券融资和项目融资

第一节 房地产开发企业的上市融资

第二节 房地产企业的债券融资

第三节 房地产项目融资

重点：房地产企业的上市融资与债券融资；

难点：房地产企业的上市融资方式，发债融资的信用评级。

### 第五章 房地产信托与房地产投资信托基金

第一节 从信托到房地产信托

第二节 房地产投资信托基金

第三节 操作模式与实施案例

重点：房地产信托与房地产信托投资基金；

难点：房地产信托的操作模式，房地产信托投资基金的运作和实施。

### 第六章 个人住房贷款

第一节 个人住房贷款的相关概念

第二节 个人住房贷款的操作流程

第三节 个人住房贷款的偿还

第四节 提前还贷问题

第五节 个人住房抵押贷款保险

重点：个人住房贷款的偿还和个人住房抵押贷款保险；

难点：提前还贷问题

### 第七章 住房金融体系与住房公积金

### 第一节 住房金融体系概述

### 第二节 住房公积金与住房公积金贷款

### 第三节 中国的住房公积金制度

重点：政策性住房金融的作用，中国住房公积金制度的发展历程；

难点：当前中国住房公积金制度存在问题与完善。

## 第八章 房地产证券化

### 第一节 房地产证券化概述

### 第二节 房地产证券化产品

### 第三节 房地产证券化产品定价分析

### 第四节 中国房地产证券化的发展情况

重点：房地产证券化产品与产品定价分析；

难点：房地产证券化产品与产品定价分析。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 金融基础知识	3			
2	第二章 房地产金融概述	3			
3	第三章 房地产开发贷款	4			
4	第四章 房地产开发企业的上市融资、债券融资和项目融资	5			
5	第五章 房地产信托与房地产投资信托基金	5			
6	第六章 个人住房贷款	4			
7	第七章 住房金融体系与住房公积金	4			
8	第八章 房地产证券化	4			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。

成绩评定方式：

平时成绩：出勤与课堂表现，占总成绩的 20%；小论文，占总成绩的 20%；重

要案例分析（小组作业），占总成绩的 20%；平时成绩合计占总成绩的 60%。

期末成绩：课程论文或开卷考试，占总成绩的 40%。

## （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：微观经济学、微观经济学、证券投资学、货币银行学、保险学、金融工程学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：基金投资与管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

董藩，赵安平. 房地产金融. 北京：清华大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 谢经荣，殷红，王玉玫. 房地产金融. 中国人民大学出版社.
2. 邓宏乾. 房地产金融.. 复旦大学出版社.
3. （美）特瑞斯·M·克劳瑞特，G·斯泰西·西蒙斯著，张志强，蒋一军等译. 房地产金融：原理和实践. 中国人民大学出版社.

制订人：黄承辰

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《电子商务 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Electronic Commence B

课程代码: BU272902

课程类别: 学科任选

学 时: 24

学 分: 1.5

适用专业: 汉语言文学

## 二、教学目标与要求

通过学习,使学生正确理解电子商务概念和基本知识,掌握电子商务的运作模式和电子商务涉及的诸多技术,熟悉电子商务与其它领域的关系,为后续课程和实际应用打下基础。

通过课程学习,要求学生掌握电子商务的相关概念及其发展趋势,掌握电子商务的特点、方法和手段,了解信息技术在电子商务中的应用。掌握计算机网络技术的有关概念及其应用,和进行电子商务活动的基本技能。从理论上让学生了解电子商务的工作原理,以及它对消费者、企业、市场和整个社会的影响;其次,从技术应用角度掌握电子商务系统是如何利用信息技术实现的;从企业管理角度让学生知道电子商务应用中的安全管理和不同电子商务模式的交易与实施管理;从应用角度让学生掌握电子商务如何结合企业类型进行应用的,以及如何在网上拓展商机,以及为企业进行电子商务的策划。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 电子商务概述

第一节 电子商务的产生与发展

第二节 电子商务的定义及分类

第三节 电子商务的基本组成

第四节 电子商务交易标准

基本要求: 通过学习,要求学生掌握电子商务的基本概念及应用,掌握电子商务

的产生及发展，了解电子商务的分类、电子商务的系统及其与企业竞争的优势和电子商务环境等。

## 第二章 电子商务交易模式

### 第一节 Internet 电子商务框架结构

### 第二节 B2C 电子商务

### 第三节 B2B 电子商务

### 第四节 C2C 电子商务

### 第五节 网上商务信息的收集与整理

**基本要求：**掌握电子商务系统的有关概念，了解电子商务系统的组成、结构及功能，了解电子商务环境及电子商务系统的基本机理。了解企业开展电子商务有哪些优势和好处，以及电子商务对企业经营管理的影响，掌握企业电子商务实施策略的原则和方法。

## 第三章 EDI 商务

### 第一节 EDI 标准

### 第二节 EDI 系统

### 第三节 EDI 与 Internet

### 第四节 EDI 电子商务案例

**基本要求：**了解开展 EDI 电子商务有哪些优势和好处，以及电子商务对企业经营管理的影响，掌握企业电子商务实施策略的原则和方法。

## 第四章 企业电子商务应用

### 第一节 电子商务与企业经营管理

### 第二节 生产企业

### 第三节 流通业

### 第四节 信息服务业

**基本要求：**了解企业电子商务的法律环境，交易、安全、知识产权等；掌握电子商务的经济环境和市场环境，如税收政策、货币政策和网上产业市场发展与购买行为等。掌握电子商务的技术基础，包括信息技术、Internet 知识，掌握电子商务网站建设的方法和流程，了解电子商务的支付系统、电子商务的物流系统及其电子商务面临的安全问题及对策等。

## 第五章 网上支付与安全交易

### 第一节 电子货币

### 第二节 网上银行

### 第三节 网上支付

### 第四节 电子商务安全交易体系

### 第五节 电子商务安全交易协议

基本要求：了解电子商务的支付系统、电子商务的物流系统及其电子商务面临的安全问题及对策等。基本掌握计算机技术、网络技术、数据库技术，掌握 Internet 的基础知识及网页制作设计，了解 Internet 的 IP 和域名，Internet 的应用等。要求学会电子商务网站的策划与设计。

## 第六章 网络营销

### 第一节 网络营销概述

### 第二节 网络营销策略

### 第三节 网络广告

基本要求：掌握网络营销电子商务应用的方法，学会建立网上商店，进行网络拍卖，了解网上商厦的系统构建和实现，了解网络直销的基本原理和策略。学生掌握 B2B 电子商务应用的方法。

## 第七章 电子商务与物流

### 第一节 物流简介

### 第二节 电子商务与物流配送

### 第三节 电子商务与供应链管理

基本要求：掌握物流的基本概念、电子商务物流的基本理论、方法和新型电子商务物流配送中心的使用，并掌握条形码，射频技术、全球定位系统等技术等。

## 第八章 电子商务网站建设

### 第一节 网站规划

### 第二节 硬件环境

### 第三节 软件环境

### 第四节 网页内容设计

基本要求：要求学会电子商务网站的策划与设计，了解电子商务网站建设的基本流程，并能运用基本语言建设电子商务网站及设计相应网页。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	电子商务概述	3			

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
2	电子商务交易模式	3			
3	电子商务 EDI 商务	3			
4	企业电子商务应用	3			
5	网上支付与安全交易	3			
6	电子商务与网络营销	3			
7	电子商务与物流	3			
8	电子商务网站建设	3			
合计		24			
		24			

#### 四、相关说明

##### (一) 考核方式及成绩评定办法

教学方法以课堂讲授为主，辅以实验教学、课堂讨论和课外作业、实践活动等。

本课程属考查课，期末考核方式为大作业。

总评成绩由平时成绩 60%，期末考试成绩 40% 构成。

##### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：《管理学》、《微观经济学》、《宏观经济学》

后续课程和教学环节：《国际贸易理论与实务》、《管理信息系统》

平行开设课程和教学环节：《应用统计》、《创业管理》

#### 五、教材和主要参考书目

##### (一) 教材

黄敏学. 电子商务. 高等教育出版社出版.

##### (二) 主要参考书目

1. 祁明. 电子商务实用教程. 高等教育出版社.
2. 宋文官. 电子商务实用教程. 高等教育出版社.
3. 章剑林. 电子商务概论. 浙江大学出版社.

制订人：杨传明

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《市场营销 B》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing B

课程代码: BU272904

课程类别: 学科任选

学 时: 16

学 分: 1

适用专业: 社会工作

## 二、教学目标与要求

《市场营销》是市场营销专业的核心课程,也可作为工商类其他专业的选修课程。本课程旨在通过学习市场营销相关的基本概念和原理,比较系统地掌握从事市场营销活动的基本方法和策略,培养学生观察问题、分析问题、解决问题的能力;并为企业营销实践与市场运作提供理论基础与决策参考,为各级工商企业、管理部门、各类营销机构培养具备市场营销知识和技能、有开拓和创新精神、适应 21 世纪市场经济发展需要的高层次专门人才。

本课程的基本要求是:使在学生能够了解市场营销的知识;使学生对市场营销的实际操作有一个系统的认识。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 市场营销与市场营销学绪论

##### 第一节 市场和市场营销

##### 第二节 市场营销学的产生和发展

##### 第三节 市场营销学的相关理论及基本内容

##### 第四节 研究市场营销学的意义和方法

基本要求:了解营销学角度的市场概念;理解市场营销及其相关概念;了解现代市场营销学的基本框架和主要内容;了解学习市场营销学的重要性;掌握需要、欲望和需求的区别;效用、费用和满足的区别;掌握交换、交易和关系的区别;掌握市场营销与市场营销者的区别。

#### 第二章 市场营销管理哲学及其贯彻

### 第一节 市场营销管理哲学及其研究

### 第二节 以全方位营销促进顾客满意与顾客忠诚

### 第三节 市场导向战略组织创新

基本要求：了解常见的需求状况；了解市场营销哲学及其演进；了解客期望、顾客满意、顾客感知价值的概念；掌握价值链分析、价值让渡系统、全面质量管理的基本思想。

## 第三章 市场营销环境

### 第一节 市场营销环境的含义和特征

### 第二节 微观营销环境

### 第三节 宏观营销环境

### 第四节 环境分析与营销对策

基本要求：了解市场营销环境构成的因素；了解分析、评价市场营销环境的基本方法；了解企业面临威胁环境与机会环境的对策；掌握竞争者的五种类型；掌握机会分析矩阵、威胁分析矩阵、环境分析综合评价矩阵。

## 第四章 消费者市场和购买行为分析

### 第一节 消费者市场与消费者购买行为影响因素

### 第二节 消费者购买决策过程

### 第三节 影响消费者购买行为的个体因素

### 第四节 影响消费者购买行为的环境因素

### 第五节 消费者决策的其他理论

基本要求：了解如何依据消费者购买决策过程制定相应的营销策略；了解影响消费者行为的个体因素；了解影响消费者行为的环境因素；了解消费者购买行为类型；掌握消费者购买行为模式及其营销因素；掌握消费者的购买决策过程。

## 第五章 产品策略

### 第一节 产品与产品分类

### 第二节 产品组合

### 第三节 产品生命周期

基本要求：了解关于产品和产品整体概念的有关理论；了解产品分类及产品组合的有关概念；了解产品组合策略；了解产品生命周期的有关理论；掌握产品生命周期各阶段的特征与营销策略。

## 第六章 定价策略

### 第一节 影响定价的主要因素

### 第二节 确定基本价格的一般方法

### 第三节 定价的基本策略

#### 第四节 企业的价格调整及企业对价格变动的反应

基本要求：了解影响定价的主要因素；了解定价的一般方法；掌握定价的基本策略；掌握价格调整及价格变动反应。

### 第七章 分销策略

#### 第一节 分销渠道的职能与类型

#### 第二节 分销渠道的设计与管理

#### 第三节 批发商与零售商

#### 第四节 物流策略

基本要求：了解分销渠道的职能与类型；了解影响分销渠道设计的因素；了解分销渠道的管理；了解渠道策略的新发展；了解批发商与零售商的类型；了解物流策略；掌握分销渠道的层次、宽度。

### 第八章 促销策略

#### 第一节 促销与促销组合

#### 第二节 人员推销策略

#### 第三节 广告策略

#### 第四节 公共关系策略

#### 第五节 销售促进策略

基本要求：正确理解促销的含义；了解促销组合应该考虑哪些因素；了解人员推销的优缺点、基本形式与策略；了解广告设计的原则与效果测定；了解公共关系的基本特征与工作程序；了解销售促进的方式和控制；掌握促销组合及促销策略；人员推销策略、广告策略、公共关系策略、销售促进策略；掌握“拉引”策略与“推动”策略。

#### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场营销与市场营销学绪论	2			
2	第二章 市场营销管理哲学及其贯彻	2			
3	第三章 市场营销环境	2			
4	第四章 消费者市场和购买行为分析	2			
5	第五章 产品策略	2			
6	第六章 定价策略	2			
7	第七章 分销策略	2			
8	第八章 促销策略	2			
合计		16			
		16			

### （三）实验、上机相关内容

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考查课。最终成绩为平时成绩 60%，期末成绩 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、微观经济学

后续课程和教学环节：市场调查及市场预测等

平行开设课程和教学环节：宏观经济学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

吴建安. 市场营销学. 吴建安. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 菲利普·科特勒著. 王永贵译. 营销管理. 中国人民大学出版社.
2. 吴晓云. 市场营销管理教程. 大学出版社.
3. 王方华. 市场营销学. 复旦大学出版社.
4. 吕一林, 李蕾. 现代市场营销学. 清华大学出版社.

制订人：朱天一

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《管理学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Management

课程代码: BU241Z09

课程类别: 核心必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理(专转本)

## 二、教学目标与要求

### (一) 课程任务

管理学是工商管理专转本的核心必修课,通过本课程的学习,使学生理解管理思想的产生发展、管理活动的方式、管理的计划、组织、领导、控制、创新职能的基本原理及运用方法,从而让学生学习如何在实际工作中灵活运用各种管理手段,并通过各种管理案例的分析,切实提高学生用管理原理分析解决问题的能力。

### (二) 课程基本要求

本课程要求学生通过学习理解管理原理的概念及企业管理的工作目的及要求;并且能掌握管理各种职能的主要内容及操作方法;最后分析企业常见管理手段的原理以及实施重点。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 管理与管理学

##### 第一节 管理活动

##### 第二节 管理性质

##### 第三节 管理对象和方法

基本要求:了解该学科的学习意义和研究对象,对管理的概念和职能等内涵有较深度的理解和把握。

#### 第二章 管理思想的发展

##### 第一节 西方传统管理思想

## 第二节 西方管理思想的发展

基本要求：掌握西方管理理论发展的基本线索和脉络，尤其是发展主要阶段、历史背景、主要流派观点和代表人物。

## 第三章 道德与社会责任

### 第一节 企业道德观

### 第二节 影响管理者道德素质的因素

### 第三节 社会责任理论与企业社会责任实践

基本要求：在了解管理和伦理道德的基本关系基础上，重点把握道德发展的阶段及其对于企业管理的影响，深刻理解企业的社会责任。

## 第四章 管理的基本方法

### 第一节 管理的方法总论

### 第二节 管理的法律方法与行政方法

### 第三节 管理的经济方法与技术方法

基本要求：理解管理的各种方法的原理，重点理解如何在管理中灵活综合运用各种方法，提高管理效率。

## 第五章 决策

### 第一节 决策理论概述

### 第二节 定性决策与定量决策

### 第三节 决策的过程及方法

基本要求：熟悉决策的过程和主要环节，理解传统决策和行为决策的主要区别，掌握决策的主要方法。

## 第六章 计划与计划工作

### 第一节 计划的概念及其性质

### 第二节 计划的内容

### 第三节 计划的方法

基本要求：在了解计划基本概念和性质的基础上，重点掌握计划的内容和方法。

## 第七章 组织设计

### 第一节 组织理论演进过程概述

### 第二节 组织设计的影响因素分析

### 第三节 部门化

### 第四节 分权与授权原则

基本要求：掌握组织的概念、组织幅度与层级的关系、组织部门化的形式与决定

因素、分权的原因和授权的原则。

## 第八章 组织力量的整合

### 第一节 正式组织与非正式组织

### 第二节 直线与参谋

### 第三节 委员会

基本要求：理解组织中的若干种常见的组织形态，并理解各种组织形态对管理工作产生的影响。

## 第九章 领导与领导者

### 第一节 领导的内涵

### 第二节 领导类型及相关理论

### 第三节 领导实践艺术

基本要求：区分领导和管理、掌握主要领导理论、对主要领导方式有深刻理解和把握。

## 第十章 激励

### 第一节 激励的内涵及分类

### 第二节 激励的过程和基本原理

### 第三节 主要激励理论

基本要求：深刻理解激励的过程和机制，重点掌握期望理论和公平理论，提高激励案例分析能力。

## 第十一章 沟通

### 第一节 组织中的沟通

### 第二节 沟通的障碍及其克服

### 第三节 冲突与谈判

基本要求：理解沟通的过程和主要环节、分析影响沟通的主要因素和化解方法。

## 第十二章 管理信息

### 第一节 管理信息的概念和主要特征

### 第二节 管理信息系统过程和效率影响因素分析

### 第三节 提高管理信息系统效率的途径

基本要求：深刻认识管理信息系统的特征、理解管理信息系统各个环节的运行过程和特点、分析提高管理管理信息系统效率的方法。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	管理与管理学	3			
2	管理思想的发展	3			
3	道德与社会责任	2			
4	管理的基本方法	2			
5	决策	3			
6	计划与计划工作	3			
7	组织设计	3			
8	组织力量的整合	2			
9	领导与领导者	3			
10	激励	3			
11	沟通	3			
12	管理信息	2			
合计		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为卷面考试形式，平时成绩 30%，期末成绩 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

周三多主编. 管理学——原理与方法（第六版）. 复旦大学出版社.

### (二) 主要参考书目：

1. 斯蒂芬.P. 罗宾斯. 管理学（第十一版）. 中国人民大学出版社.
2. 陈传明, 周小虎编. 管理学原理. 机械工业出版社.
3. 张康之. 一般管理学原理. 中国人民大学出版社.
4. 雷扬, 盛辉. 企业管理范本大全. 中央编译出版社.

制订人：易雅馨

审核人：夏海力

审定人：余晓红

# 《市场营销学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing

课程代码: BU241Z10/BU272Z05

课程类别: 核心必修/学科任选

学时: 32

学分: 2

适用专业: 市场营销(专转本)、工商管理(专转本)

## 二、教学目标与要求

市场营销学是工商管理类专业的一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础之上的应用学科。它研究以满足市场需求为中心的企业营销活动过程及其规律性,具有全程性、综合性、实践性的特点。本课程主要介绍企业营销组合决策与营销组织管理,包括营销相关知识概述,营销环境、消费者、竞争对手调研分析,营销目标市场确定,营销产品、价格、分销、促销 4P 组合策略制定,营销组织管理,现代市场营销的新领域与新概念等内容。通过本课程的教学使学生掌握企业市场营销的基本知识、基本理论和基本技能;认识在发展社会主义市场经济的进程中,加强对企业市场营销管理的重要性;熟悉和掌握分析市场营销环境、研究市场的购买行为、制定营销组合决策、组织和控制营销活动的程序、方法和策略;培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 市场营销与市场营销学

##### 第一节 市场与市场营销

##### 第二节 市场营销学的发展与研究

##### 第三节 市场营销学的相关理论及基本内容

教学目标与要求: 掌握市场及市场营销的相关概念;了解市场营销学的产生和发展;掌握市场营销学的内容体系和研究方法,理解市场营销对企业的重要意义;

教学重点: 市场及市场营销的相关概念、市场营销学的产生和发展、市场营销对

## 企业的重要意义

教学难点：市场及市场营销的相关概念

## 第二章 市场营销管理哲学及其贯彻

### 第一节 市场营销管理哲学及其演进

### 第二节 顾客让渡价值

### 第三节 顾客满意与顾客忠诚

教学目标与要求：掌握市场营销管理哲学及其演进；正确理解顾客让渡价值的含义；深刻领会顾客满意的价值；了解顾客满意与顾客忠诚之间的关系

教学重点：市场营销管理哲学及其演进、顾客让渡价值的含义、顾客满意与顾客忠诚之间的关系

教学难点：市场营销管理哲学及其演进

## 第三章 规划企业战略与市场营销管理

### 第一节 市场营销战略

### 第二节 市场营销管理过程

教学目标与要求：了解市场营销战略，掌握市场营销战略规划的步骤，制定有效的营销战略方案；了解企业市场营销管理的概念和过程，掌握市场营销管理过程的基本线索和框架；

教学重点：市场营销战略规划的步骤、企业市场营销管理的概念和过程

教学难点：市场营销战略规划的步骤

## 第四章 市场营销环境

### 第一节 市场营销环境的含义和特征

### 第二节 微观市场营销环境

### 第三节 宏观市场营销环境

### 第四节 环境评价与对策

教学目标与要求：了解市场营销环境的含义和特征，弄清市场营销活动与市场营销环境的关系。了解微观和宏观市场营销环境的内容及其变化，做出正确的营销决策，提高企业的适应能力和应变能力。

教学重点：市场营销活动与市场营销环境的关系、微观和宏观市场营销环境的内容

教学难点：微观和宏观市场营销环境的内容

## 第五章 消费者市场和购买行为分析

### 第一节 消费者市场及其特点

### 第二节 消费者需要及其行为模式

### 第三节 影响消费者购买行为的主要因素

#### 第四节 消费者购买决策过程

教学目标与要求：了解消费者市场的特点和分类；掌握消费者的需要及其购买行为模式；研究影响消费者购买的主要因素；正确认识消费者购买决策过程，为制定营销战略与策略提供依据。

教学重点：消费者市场的特点和分类、消费者的需要及其购买行为模式、消费者购买决策过程

教学难点：消费者购买决策过程

## 第六章 组织市场和购买行为分析

### 第一节 组织市场的类型和特点

### 第二节 生产者市场和购买行为分析

### 第三节 中间商市场和购买行为分析

### 第四节 非营利组织市场、政府市场和购买行为分析

教学目标与要求：了解组织市场的含义和基本特征；掌握生产者购买决策的参与者、影响因素和过程；分析中间商市场、非营利组织市场和政府市场的购买行为。

教学重点：组织市场的含义和基本特征、生产者购买决策的参与者、影响因素和过程

教学难点：生产者购买决策的参与者、影响因素和过程

第七章 市场营销调研与预测（市场营销专转本专业下学期有专门开设市场营销调研课程，自学。工商管理专转本专业用 2 个课时学习）

#### 一 市场营销信息系统

#### 二 市场营销调研

#### 三 市场需求的测量与预测

教学目标与要求：了解市场营销信息系统的含义；掌握市场调研的步骤和方法；能运用相关知识设计问卷进行调研；了解调研报告的撰写方法和报告。

教学重点：掌握市场调研的步骤和方法；能运用相关知识设计问卷进行调研；

教学难点：掌握市场调研的步骤和方法

## 第八章 目标市场营销战略

### 第一节 市场细分战略

### 第二节 市场选择战略

### 第三节 市场定位战略

教学目标与要求：了解市场细分的原理和方法，为选择目标市场奠定基础；掌握

市场选择战略及其条件，正确选择目标市场；学习市场定位的方式、步骤和策略，寻找恰当的市场位置。

教学重点：市场细分的原理和方法、市场定位的方式、步骤和策略

教学难点：市场细分的原理和方法

## 第九章 竞争性市场营销战略

### 第一节 竞争者分析

### 第二节 市场领导者战略

### 第三节 市场挑战者战略

### 第四节 市场追随者与市场利基者战略

教学目标与要求：了解谁是竞争者，如何识别竞争者；了解和掌握市场主导者的战略；

了解和掌握市场挑战者的战略；了解和掌握市场追随者与市场利基者战略。

教学重点：竞争者的识别、不同市场地位竞争者的营销战略

教学难点：不同市场地位竞争者的营销战略

## 第十章 产品策略

### 第一节 产品及产品分类

### 第二节 产品组合

### 第三节 产品生命周期

### 第四节 包装策略

### 第五节 新产品开发

教学目标与要求：掌握产品和产品整体概念；掌握产品分类及产品组合的概念；了解产品组合策略；掌握产品生命周期的理论；了解包装策略；了解新产品开发的理论。

教学重点：产品和产品整体概念、产品组合概念、产品生命周期理论

教学难点：产品生命周期理论

## 第十一章 品牌策略

### 第一节 品牌的基本概念

### 第二节 品牌资产

### 第三节 品牌运营策略

教学目标与要求：了解品牌的含义、作用及功能；了解品牌资产的构成和特征；掌握品牌运营策略；

教学重点：品牌的含义、作用及功能、品牌运营策略；

教学难点：品牌运营策略；

## 第十二章 定价策略

第一节 影响定价的因素

第二节 定价的一般方法

第三节 定价策略

第四节 价格变动与调整

教学目标与要求：了解影响定价的因素；掌握定价的一般方法；熟悉定价的基本策略；熟悉价格变动与调整。

教学重点：影响定价的因素、定价的一般方法

教学难点：定价的一般方法

## 第十三章 分销策略

第一节 分销渠道的职能与结构

第二节 分销渠道策略

第三节 批发商和零售商 =

第四节 物流策略 =

教学目标与要求：了解分销渠道的含义、职能与结构；掌握影响分销渠道设计的因素与渠道管理；熟悉批发商和零售商及其功能；认识物流及物流策略。

教学重点：分销渠道的含义、职能与结构、影响分销渠道设计的因素与渠道管理

教学难点：影响分销渠道设计的因素与渠道管理

## 第十四章 促销策略

第一节 促销与促销组合

第二节 人员推销策略

第三节 广告策略

第四节 公共关系策略

第五节 营业推广策略

教学目标与要求：了解促销的含义、作用以及促销组合的基本内容；掌握人员推销的基本策略和广告的设计原则；掌握公共关系和营业推广的主要活动方式；运用促销组合理论分析企业在促销实践中存在的问题。

教学重点：促销的含义、作用以及促销组合的基本内容、运用促销组合理论分析企业在促销实践中存在的问题

教学难点：运用促销组合理论分析企业在促销实践中存在的问题

## 第十五章 市场营销组织、计划与控制

### 第一节 市场营销组织

### 第二节 市场营销计划

### 第三节 市场营销控制

### 第四节 市场营销审计

教学目标与要求：了解市场营销组织的主要类型及设置原则；了解市场营销计划的形式和内容；掌握市场营销控制方法和市场营销审计内容。

教学重点：市场营销组织的主要类型及设置原则

教学难点：了解市场营销组织的主要类型及设置原则；

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场营销与市场营销学	2			
2	第二章 市场营销管理哲学及其贯彻	2			
3	第三章 规划企业战略与市场营销管理	2			
4	第四章 市场营销环境	2			
5	第五章 消费者市场和购买行为分析	2			
6	第六章 组织市场和购买行为分析	2			
7	第七章 市场营销调研与预测	0 市场营销 (专转本)/2 工商管理 (专转本)			
8	第八章 目标市场营销战略	2			
9	第九章 竞争性市场营销战略	2			
10	第十章 产品策略	4 市场营销 (专转本)/2 工商管理 (专转本)			
11	第十一章 品牌与包装策略	2			
12	第十二章 定价策略	2			
13	第十三章 分销策略	2			
14	第十四章 促销策略	4			
15	第十五章 市场营销组织、计划与控制	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

市场营销(专转本)为考试课。最终成绩为平时成绩 30%，期末考试成绩 70%。

工商管理(专转本)为考查课。最终成为为平时成绩 60%，期末考查成绩 40%。

## (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、 微观经济学

后续课程和教学环节：市场营销调研 、消费者行为学等

平行开设课程和教学环节：宏观经济学

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

吴建安. 市场营销学(第五版). 高等教育出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 菲利普·科特勒著, 梅汝和、梅清豪、周安柱译. 营销管理(10 版). 中国人民大学出版社.
2. 吴晓云. 市场营销管理教程(第二版). 天津大学出版社.
3. 王方华. 市场营销学. 复旦大学出版社(第二版).
4. 吕一林等. 现代市场营销学(第四版). 清华大学出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《客户关系管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Customer Relationship Management

课程代码: BU241Z21

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

客户关系管理是工商管理专业的一门核心必修课。它的研究对象是以客户关系为导向的企业经营管理中客户、企业、产品的相互关系和发展、变化的规律,以及在企业经营中客户关系管理原理与方法的具体应用。

它以客户管理理念和实践的产生、发展过程为基础,从观念、技术和制度三个角度阐明客户关系管理的基本问题;并进一步阐明企业从客户关系管理规划与方案到实施和监控的整个客户关系评估、培养与维持的活动过程。

在教学方式上,注重案例教学,培养学生形成正确的思维方式和动手能力,激发学生从事客户关系学习和研究的兴趣。通过本课程的学习,培养学生了解和掌握客户关系管理学科的基本理论,了解和掌握客户关系管理过程中各要素之间的相互关系,为分析、从事客户关系管理行业打下坚实的基础。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

该课程主要内容包括客户关系管理绪论、客户关系管理理论基础、客户满意与客户忠诚、客户生命周期、顾客生命价值理论、客户互动、客户关系管理系统介绍与分类、CRM 实施、CRM 中的数据挖掘以及客户关系管理软件系统。重点是客户关系管理的理念、策略与管理,难点是客户关系管理与市场营销活动之间的异同区分。

### 第一章 客户关系管理绪论

**【重点难点】** 重点是掌握这门课程的篇章结构以及计分考试、授课方式。难点是对于本门课程各部分内容之间的关系。

**【教学内容】**

第一节 为什么要学习这门课程

第二节 这门课程的体系和主要内容

第三节 授课方式和计分方式

第二章 客户关系管理理论基础

**【重点难点】** 重点是掌握什么是客户，什么是关系，什么是管理以及客户关系管理的概念。难点是能否掌握客户和关系的概念以及客户关系管理与一般市场营销的区别。

**【教学内容】**

第一节 什么是客户

第二节 什么是关系

第三节 什么是管理

第四节 客户关系管理的概念

第三章 客户满意与客户忠诚

**【重点难点】** 重点是客户满意和客户忠诚的概念以及内涵。难点是是否能真正应用该理论在实际问题中实施客户满意和客户忠诚设计。

**【教学内容】**

第一节 顾客满意

第二节 顾客忠诚

第三节 案例分析

第四章 顾客生命周期

**【重点难点】** 重点是客户生命周期的概念及内涵，难点是利用客户生命周期分析客户的行为。

**【教学内容】**

第一节 顾客生命周期

第二节 利用顾客生命周期分析顾客

第三节 案例分析

第五章 顾客生命价值理论

**【重点难点】** 重点是客户价值、客户终身价值、客户让渡价值的概念及内涵，难点是利用该理论在实际中能真正计算客户给企业带来的生命价值，以及企业能够给客户带来的价值。

**【教学内容】**

### 第一节 客户价值

### 第二节 客户终身价值

### 第三节 客户让渡价值理论

### 第四节 客户资产及其管理

## 第六章 客户互动

**【重点难点】** 重点是客户生命周期的概念及内涵，难点是利用客户生命周期分析客户的行为。

### **【教学内容】**

#### 第一节 客户信息的获取与整理

#### 第二节 客户价值的分析与评价

#### 第三节 区别对待不同客户

## 第七章 客户关系管理系统介绍与分类

**【重点难点】** 重点是理解 CRM 的系统结构以及 CRM 的软件系统。难点是掌握 CRM 的几个模块的功能以及应用。

### **【教学内容】**

#### 第一节 CRM 系统结构

#### 第二节 CRM 软件系统

#### 第三节 CRM 的几个模块

#### 第四节 CRM 软件供应商

## 第八章 CRM 的实施

**【重点难点】** 重点是理解 CRM 的实施办法，以及选择合适的 CRM 系统。难点是掌握 CRM 的实施阶段。

### **【教学内容】**

#### 第一节 CRM 实施的办法

#### 第二节 如何选择 CRM 系统

#### 第三节 CRM 成败分析

## 第九章 CRM 中的数据挖掘

**【重点难点】** 重点是数据挖掘的基本定义和基本应用。难点是掌握 CRM 中数据挖掘的流程。

### **【教学内容】**

#### 第一节 数据挖掘的定义

#### 第二节 数据挖掘的流程

### 第三节 数据挖掘的基本步骤

## 第十章 客户关系管理软件系统

【重点难点】 重点和难点都是能够掌握这个软件系统并且能从头到尾在软件系统中实现软件的具体应用。

### 【教学内容】

第一节 完善基础资料

第二节 供求信息发布

第三节 订单操作

第四节 客户服务

第五节 合作伙伴网络构建

第六节 决策分析

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 客户关系管理绪论	3			
2	第二章 客户关系管理理论基础	3			
3	第三章 客户满意与客户忠诚	6			
4	第四章 顾客生命周期	3			
5	第五章 顾客生命价值理论	6			
6	第六章 客户互动	3			
7	第七章 客户关系管理系统介绍与分类	6			
8	第八章 CRM 的实施	3			
9	第九章 CRM 中的数据挖掘	6			
10	第十章 客户关系管理软件系统			6	
13	复习与考察	3			
合计		42		6	
		48			

### (三) 实验、上机相关内容

本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	第十章 客户关系管理软件系统 上机 1 完善基础资料 供求信息发布 订单操作 客户服务	3		
2	第十章 客户关系管理软件系统 上机 2 合作伙伴网络构建 决策分析	3		

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，期末考核占总成绩的 70%，平时成绩由出勤率、课堂参与、上机等组成，占总成绩的 30%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

汤兵勇主编. 客户关系管理. 电子工业出版社出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 苏朝晖. 客户关系管理—客户关系的建立与维护（第二版）. 高等教育出版社
2. 林建宗. 客户关系管理. 清华大学出版社
3. 马刚. 客户关系管理. 南开大学出版社.
4. 张慧峰主编. 客户关系管理实务. 人民邮电出版社.

制订人：杨红燕

审核人：田雪莹

审定人：余晓红

# 《市场营销调研》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Marketing Research

课程代码: BU242Z13

课程类别: 核心必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

市场营销调研是一门实践性、应用性很强的课程,它以我国社会主义市场经济条件下的市场为客体,以工商企业为主体,研究与阐述市场营销调研的基本原理和方法。课程内容包括市场营销调研在营销管理中的地位 and 作用、国内外市场营销调研行业的发展历史及现状、市场营销调研方案的设计、市场营销调研的方法、抽样与问卷设计、调查实施及数据整理、定性和定量数据的整理与分析、市场营销调研报告的撰写与汇报等。通过本课程的学习,要求学生掌握市场营销调研的流程和方法,能完成企业常见的市场营销调研项目。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 市场营销调研导论

##### 第一节 市场营销调研概述

##### 第二节 市场营销调研的使用范围

##### 第三节 市场营销调研的分类

##### 第四节 市场营销调研的基本步骤

##### 第五节 国内外营销调研行业状况

教学目标与要求:

1. 了解市场营销调研的类型、市场营销调研的主要内容;
2. 理解市场营销调研的特点;重点营销调研的特点;探索性调查、描述性调查、因果性调查、预测性调查等调查方法;

3. 掌握市场营销调研的基本步骤；

4. 市场营销调研的原则和步骤；了解国内外市场营销调研行业的状况。

## 第二章 市场营销调研的方案设计

第一节 市场营销调研方案设计的概念与重要性

第二节 市场营销调研方案设计的主要内容

第三节 市场营销调研方案的可行性研究与评价

教学目标与要求：

1、了解市场营销调研方案设计的重要性

2、掌握市场营销调研方案的设计

## 第三章 市场营销调研方法(上)

第一节 文案调查法

第二节 观察法

第三节 小组座谈法

第四节 深层访谈法

第五节 德尔菲法

第六节 投影技法

教学目标与要求：

1、掌握文献调查法的方法

2、了解观察法的概念和特点理解，掌握观察法的基本原则和要求

3、了解小组座谈法、深层访谈法的概念和特点，掌握小组座谈法、深层访谈法的基本原则和要求

4、了解投影技法的概念和特点

## 第四章 市场营销调研方法(下)

第一节 实验法

第二节 调查方法的评价准则与选择

教学目标与要求：

了解实验法的概念和特点理解，掌握实验法的基本原则和要求

## 第五章 抽样设计

第一节 抽样调查概述

第二节 随机抽样技术

第三节 非随机抽样技术

第四节 抽样误差与样本量

## 第五节 有关抽样设计的几个问题

教学目标与要求:

- 1、了解抽样的含义、类型及特征。
- 2、理解抽样调查的特点和程序。
- 3、掌握单纯随机抽样方式下，抽样误差的计算及对总体的推断

## 第六章 问卷设计

### 第一节 问卷的作用与结构

### 第二节 问卷设计的程序

### 第三节 问卷设计的技巧

### 第四节 问卷的常用量表

教学目标与要求:

- 1、了解问卷调查法的概念和特点、问卷调查法的类型
- 2、理解问卷调查法的应用程序及其适用范围。
- 3、掌握问卷中问题的表述应遵循的原则。

## 第七章 市场营销调研的实施

### 第一节 市场营销调研实施队伍的组织

### 第二节 市场营销调研实施队伍的培训

### 第三节 市场营销调研实施队伍的监督管理

教学目标与要求:

了解市场营销调研实施队伍的组织 and 培训，掌握市场营销调研实施队伍的监督管理

## 第八章 定性调查数据的整理与分析

### 第一节 定性分析的基本概念

### 第二节 定性分析的基本思路与特点

教学目标与要求:

- 1、了解定性分析的基本思路与特点
- 2、掌握定性分析的方法

## 第九章 定量调查数据的整理

### 第一节 调查资料的接收和编辑

### 第二节 调查资料的编码和录入

### 第三节 调查数据的统计预处理

### 第四节 数据统计任务书的制作

教学目标与要求:

1、了解定性调查数据的编码和录入

2、掌握定性调查数据的统计和处理

## 第十章 定量数据的表示方法——统计数字和统计图表

第一节 常用统计量

第二节 常用统计表

第三节 常用统计图

教学目标与要求：

1、了解常用统计量的含义

2、掌握常用统计表和常用统计图的制作

## 第十一章 市场营销调研结果的书面与口头报告

第一节 市场营销调研结果的书面报告

第二节 市场营销调研结果的口头报告

教学目标与要求：

掌握市场营销调研结果的书面和口头报告的方法

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 市场调查导论	3			
2	第二章 市场调查的方案设计	3			
3	第三章 市场调查方法(上)	9			
4	第四章 市场调查方法(下)	3			
5	第五章 抽样设计	6			
6	第六章 问卷设计	6			
7	第七章 市场调查的实施	3			
8	第八章 定性调查数据的整理与分析	3			
9	第九章 定量调查数据的整理	3			
10	第十章 定量数据的表示方法——统计数字和统计图	6			
11	第十一章 市场调查结果的书面与口头报告	3			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

考核方式为考试。最终成绩为平时成绩 60%（出勤率、作业、上课发言），与期末成绩 40% 构成。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、经济学、市场营销学 Z

后续课程和教学环节：客户关系管理、消费者行为学

平行开设课程和教学环节：组织行为学

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

柯惠新，丁立宏. 市场调查. 高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 刘玉洁. 市场调研与预测（第二版）. 大连理工大学出版社.
2. 魏炳麒. 市场调查与预测（第三版）. 东北财经大学出版社.
3. 庄贵军. 市场调查与预测. 北京大学出版社.
4. 陈启杰. 市场调查技术. 高等教育出版社.

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《生产运营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Productions and Operations Management

课程代码: BU251Z11

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

生产运营管理是工商管理(专转本)和市场营销(专转本)专业的必修课。本课程是一门以提高生产运作系统的运行效率,降低运行成本,按质、量、进度要求生产或提供市场所需产品或劳务为目的,对企业生产运作系统及其过程进行设计、计划、组织和控制的实用性学科。通过本课程的学习,学生能够掌握生产运营管理的基本概念,原理和方法,获得世界级制造与服务运作水平所需的基础知识,为将来从事企业管理提供坚实的知识基础。

生产运营管理课程的基本要求:

1. 掌握生产运营基本理论与方法;
2. 了解生产运营管理学科的最新发展和最新方法;
3. 运用所学知识,分析生产运营领域的实际问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 基本概念

##### 第一节 生产运作管理

##### 第二节 生产运作的分类和生产类型

##### 第三节 能力与需求的匹配

##### 第四节 生产运作管理的历史和发展趋势

重点: 掌握生产运营管理的基本概念,生产运营管理在企业管理系统中的地位,生产运作管理原则和要求。

## 第二章 需求预测

### 第一节 预测

### 第二节 定性预测方法

### 第三节 定量预测方法

### 第四节 预测误差与监控

重点：掌握几种定性和定量的预测方法。

## 第三章 生产和服务设施选址

### 第一节 选址的重要性和难度

### 第二节 影响选址的因素和选址的一般步骤

### 第三节 选址的评价方法

重点：选址的步骤和各类评价方法，如评分法、重点法等。

难点：几种简单的定量选址方法。

## 第四章 生产和服务设施布置

### 第一节 设备 / 设施布置决策

### 第二节 设施布置决策的定量分析

### 第三节 装配线平衡

### 第四节 非制造业的设施布置

重点：设施布置决策的定量分析，能够计算生产线的流水节拍、最小工作地、时间损失系数。

难点：相关作业图法，从至表法，以及装配线平衡的方法。

## 第五章 工作设计与工作测量

### 第一节 引言

### 第二节 工作设计

### 第三节 工作测量

### 第四节 人机工程

重点：劳动定额的测定。

难点：工作岗位设计，人机工程。

## 第六章 综合生产计划

### 第一节 概述

### 第二节 能力计划

### 第三节 处理非均匀需求的策略

### 第四节 生产大纲的制定

第五节 产品生产计划的编制

第六节 收入管理

重点：理解综合生产计划的基本概念。

难点：不同策略的综合生产计划制定。

第七章 独立需求库存控制

第一节 库存

第二节 库存问题的基本模型

重点：掌握确定性条件下的几种库存问题的基本模型。

难点：确定条件下的采购周期、安全库存、订购点、库存水平、经济订货量的计算。

第八章 物料需求计划(MRP)与企业资源计划(ERP)

第一节 MRP 的原理

第二节 MRP 系统

第三节 MRP II

第四节 MRP 系统设计决策及应用中的技术问题

重点：了解 MRP 的基本原理。

难点：理解 MRP 系统结构，MRPII 系统结构及原理。

(二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 基本概念	6			
2	第二章 生产和服务设施选址	3			
3	第三章 生产和服务设施布置	6		3	
4	第四章 工作设计与工作测量	3		6	
5	第五章 综合生产计划	6		6	
6	第六章 独立需求库存控制	6			
7	第七章 物料需求计划(MRP)与企业资源计划(ERP)	3			
8					
合计		33		15	
		48			

### （三）实验、上机相关内容

本课程上机实习（含其它课内实习）学时分配

序号	主要内容及要求	学时分配		备注
		上机	其它实习	
1	生产和服务设施布置	3		
2	产品选择方案的制定：优化建模、求解和灵敏度分析	6		
3	综合生产计划的编制	6		

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程为考试课，考核方式为笔试。平时成绩以课堂出勤、回答问题、课外作业和上机作业为考核依据，占70%；期末成绩以笔试试卷成绩为考试依据，占30%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、财务管理

后续课程和教学环节：企业资源计划、供应链管理

平行开设课程和教学环节：应用统计

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

耿殿明，杨建华. 生产运营管理. 北京大学出版社.

### （二）主要参考书目

1. 陈福军. 生产与运作管理（第三版）. 中国人民大学出版社.
2. 陈荣秋，马士华. 生产与运作管理（第3版）. 高等教育出版社.
3. 刘丽文. 生产与运作管理（第四版）. 清华大学出版社.
4. Steven Nahmias. 生产与运作分析. 清华大学出版社.
5. 威廉·J·史蒂文森著，张群, 张杰等译. 生产与运作管理. 机械工业出版社.

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《成本与管理会计》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Cost and Management Accounting

课程代码: BU251Z23

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理(专转本)

## 二、教学目标与要求

通过对本门课程的学习,使学生能掌握企业产品成本计算的品种法、分批法、分步法等基本方法,能具有相应的成本预测、决策、控制、考核等管理方面的基本能力。

本课程的基本要求是:使学生能基本掌握成本管理领域的知识,包括成本计算、成本核算、成本预测、成本决策、成本控制、成本考核等内容。能够充分掌握相关原理、方法,并能够主动运用所学专业去分析、判断和解决实践中的相关问题。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 成本会计概述

成本概述

成本会计概述

基本要求:掌握成本的概念;掌握成本与费用之间的关系;了解成本会计的基本内容。

#### 第二章 产品成本核算的要求和程序

第一节 成本核算的要求

第二节 费用的分类

第三节 产品成本核算的一般程序

基本要求:了解成本核算的基本要求;掌握费用的分类;熟悉成本核算的一般程序。

#### 第三章 生产费用在各种产品之间的归集和分配

第一节 各种要素费用的归集和分配

第二节 长期待摊费用的归集和分配

### 第三节 辅助生产费用的归集和分配

### 第四节 制造费用的归集和分配

基本要求：掌握各种要素费用核算的基本内容、辅助生产费用及制造费用计算的各种方法；熟悉成本计算原理和成本计算程序。

## 第四章 生产费用在完工产品和在产品之间的归集和分配

### 第一节 在产品数量的确定

### 第二节 生产费用在完工产品和在产品之间的分配

### 第三节 完工产品成本的结转

基本要求：了解在产品数量的确定；掌握生产费用在完工产品和在产品之间分配的基本方法；掌握完工产品成本结转的核算方法。

## 第五章 产品成本计算方法

### 第一节 生产类型、管理要求和成本计算方法

### 第二节 品种法

### 第三节 分批法

### 第四节 分步法

### 第五节 产品成本计算的辅助方法

基本要求：掌握成本计算的品种法、分批法、分步法这三种基本方法；熟悉生产类型、管理要求和成本计算方法的关系；熟悉成本计算的辅助方法。

## 第六章 管理会计概述

### 第一节 管理会计涵义

### 第二节 管理会计的基本内容与职能

### 第三节 管理会计与相关学科之间的关系

基本要求：掌握管理会计的基本概念；掌握管理会计基本内容和职能；了解管理会计与财务会计、成本会计之间的关系。

## 第七章 变动成本法

### 第一节 成本性态分析

### 第二节 变动成本法

### 第三节 变动成本算法与完全成本算法的比较

基本要求：掌握变动成本法；熟悉变动成本算法与完全成本算法的区别与联系以及成本的性态分析内容。

## 第八章 成本—业务量—利润分析

### 第一节 本量利分析的意义

## 第二节 保本条件下的本量利分析

## 第三节 盈利条件下的本量利分析

基本要求：掌握保本条件下的本量利分析、盈利条件下的本量利分析；了解本量利分析的意义。

## 第九章 经营决策

### 第一节 预测分析

### 第二节 决策分析及所需要考虑的特定概念

### 第三节 定价决策

### 第四节 生产决策

基本要求：掌握预测分析、定价决策和生产决策；熟悉决策分析及所需要考虑的特定概念。

## 第十章 全面预算

### 第一节 全面预算的内容体系

### 第二节 全面预算的编制

基本要求：掌握全面预算的内容体系、固定预算下的全面预算的编制；了解其他方法下预算编制的特点。

## 第十一章 成本控制：标准成本系统

### 第一节 标准成本的制定

### 第二节 标准成本差异分析及控制

### 第三节 标准成本系统账务处理

基本要求：掌握标准成本差异分析及控制、标准成本系统账务处理；熟悉标准成本的制订。

## 第十二章 责任会计

### 第一节 责任中心

### 第二节 内部结算价格

### 第三节 责任预算和责任会计信息系统与控制

### 第四节 业绩评价与责任报告

基本要求：掌握责任中心、内部结算价格；熟悉责任预算和责任会计信息系统与控制、业绩评价与责任报告。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	成本会计概述	2			
2	产品成本核算的要求与程序	2			
3	生产费用在各种产品之间的归集分配	6			
4	生产费用在完工产品和在产品之间的归集和分配	6			
5	产品成本计算方法	10			
6	管理会计概述	2			
7	变动成本法	4			
8	成本-业务量-利润分析	4			
9	经营决策	4			
10	全面预算	3			
11	成本控制：标准成本系统	3			
12	责任会计	2			
合计		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考试课，平时成绩占 30%，考试成绩占 70%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：会计学、财务管理

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

赵书和. 成本与管理会计. 机械工业出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 孟焰. 成本管理会计. 高等教育出版社.

2. 万寿义. 成本管理. 中央广播电视大学出版社.

3. 于富生. 成本会计教程. 中国人民大学出版社.

4. 中国注册会计师协会. 财务成本管理. 中国财政经济出版社.

制订人：刘斌

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《组织行为学》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Organizational Behavior

课程代码: BU252Z06

课程类别: 一般必修

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

组织行为学是综合运用与个体、群体有关的相关理论和知识,采用系统分析的方法,研究一定组织中的个体、群体与组织的行为规律,从而提高各级主管人员对个体、群体和组织的行为的预测和引导能力,以便更有效地实现组织目标的一门科学。本课程着重介绍组织行为学理论的发展历史和过程,阐述组织中个体、群体和整个组织的行为的发展规律,以及它们与社会环境的关系的知识系统。

本课程的基本要求:

1. 掌握个体、群体与组织行为的内涵及分析方法;
2. 熟悉人的工作行为的规律,运用激励机制发挥人的积极性与主观能动性;
3. 了解实践工作中个体、群体及组织行为的规律性。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 导论

##### 第一节 组织与组织行为的内涵

##### 第二节 组织行为学的发展演变过程

##### 第三节 组织行为学的基本研究方法

基本要求: 掌握组织与组织行为概念和组织行为学的发展历程; 熟悉组织行为学的研究方法。

重点与难点: 组织行为学的概念, 组织行为学研究的三个层次, 基本研究方法。

#### 第二章 个体心理与个体行为

##### 第一节 关于人的理论

## 第二节 需要、动机与行为

## 第三节 价值观与行为

## 第四节 知觉与行为

## 第五节 态度与行为

## 第六节 人格与行为

## 第七节 能力与行为

## 第八节 意志与行为

## 第九节 兴趣与行为

## 第十节 情感与行为

基本要求：掌握关于个体的需要、动机与行为的内涵，价值观、态度与行为，知觉与行为，个性与行为的相关理论；熟悉意志和情感的内涵；了解个体行为的一些基本规律和研究方法。

重点与难点：需要、动机与行为的内在联系。

## 第三章 群体心理与群体行为

### 第一节 群体的概念

### 第二节 群体发展的阶段

### 第三节 群体的特征

### 第四节 群体内行为

### 第五节 冲突及应对策略

### 第六节 团队管理

基本要求：掌握群体的概念和群体的特征理论，熟悉群体行为和冲突的理论，了解群体决策的方法与程序。

重点与难点：群体特征理论，如何正确对待冲突。

## 第四章 群体动力与激励理论

### 第一节 卢因的群体动力论

### 第二节 赫兹伯格的双因素理论

### 第三节 弗隆的期望理论

### 第四节 亚当斯的公平理论

### 第五节 斯金纳的强化理论

### 第六节 麦克利兰的需要理论

### 第七节 波特和劳勒的激励模式

### 第八节 激励的一般原则和方法

基本要求：掌握卢因的群体动力论、赫兹伯格的双因素论、麦克利兰的激励需要理论、期望理论与公平理论。

重点与难点：实践中如何综合运用这些激励理论。

## 第五章 组织结构与组织设计

### 第一节 组织的基本概念

### 第二节 组织设计的任务

### 第三节 组织的类型

### 第四节 组织设计的传统原则

### 第五节 组织设计的动态原则

### 第六节 组织设计的权变理论

基本要求：掌握组织的基本概念，了解组织的类型及适用情况，掌握组织设计的原则。

重点与难点：组织设计的原则。

## 第六章 学习型组织

### 第一节 学习型组织的含义与特征

### 第二节 创建学习型组织的障碍与途径

### 第三节 学习型组织与组织管理

基本要求：掌握学习型组织的含义与特征，了解 Web 2.0 时代的学习型组织，掌握创建学习型组织的途径及学习型组织与组织绩效、人力资源管理、知识管理的关系。

重点与难点：学习型组织的创建。

## 第七章 组织文化与组织行为

### 第一节 组织文化的内涵

### 第二节 组织文化的作用

### 第三节 组织文化的影响因素

### 第四节 组织文化与员工需要层次

### 第五节 理想追求与组织人力资源的动力开发

### 第六节 群体价值观与组织凝聚力

### 第七节 组织道德与组织公共关系

- 第八节 组织风气与员工行为管理
- 第九节 组织物质环境与员工行为教育
- 第十节 组织文化建设的步骤
- 第十一节 组织文化建设的心理机制
- 第十二节 组织文化与组织竞争力
- 第十三节 文化资本

基本要求：掌握组织文化的内涵和组织文化对组织行为的影响，熟悉组织文化的建设步骤。

重点与难点：如何运用组织文化对组织进行管理。

## 第八章 领导者与组织行为

- 第一节 领导的内涵
- 第二节 领导特性理论
- 第三节 领导行为理论
- 第四节 权变领导理论
- 第五节 领导理论的新发展
- 第六节 领导者与组织文化

基本要求：掌握领导行为理论基础，正确认识领导者的权威观与人才观。

重点与难点：如何发挥领导者的才能。

### (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 导论	2			
2	第二章 个体心理与个体行为	8			
3	第三章 群体心理与群体行为	4			
4	第四章 群体动力与激励理论	2			
5	第五章 组织结构与组织设计	2			
6	第六章 学习型组织	2			
7	第七章 组织文化与组织行为	4			
8	第八章 领导者与组织行为	4			
9	机动或习题				2
10	考试				2
合计		28			4
		28			4

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，平时成绩占 60%，期末试卷成绩占 40%，成绩评定采用五级制，即优、良、中、及格与不及格。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、认识实习

后续课程和教学环节：企业战略管理、生产管理实习

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

张德主编，组织行为学（第五版），高等教育出版社.

### （二）主要参考书目

1. 陶克涛主编. 管理心理学. 中国商业出版社.
2. 李剑锋主编. 组织行为管理. 中国人民大学出版社.
3. 肖余春主编. 组织行为学. 机械工业出版社.
4. 斯蒂芬·P·罗宾斯主编. 组织行为学精要. 机械工业出版社.

制订人：张一军

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《税制与税务筹划》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Tax system and Tax Planning

课程代码: BU252Z16

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理

## 二、教学目标与要求

本课程是工商管理工程专业的一般必修课。本课程分为税制和税收筹划两个部分,税制部分阐述税收制度的基本概念、基本原理,全面系统且详细地介绍我国现行税收法律制度的各项规定,以我国现行的税收政策法规为依托,详细介绍我国现行税收体系中各种税种的主要内容以及税款的计算和缴纳等各项具体规定,并概括介绍我国税制改革的方向和思路;税收筹划部分主要介绍税收筹划的原理和基本方法,以我国现行税制中的主要税种为研究对象,分别介绍各税种的具体筹划方法等。通过本课程的学习,使学生系统了解我国现行各税种的相关法律规定,掌握税额的计算方法和税收筹划的基本方法,初步具备税收筹划的技能。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 税收概论

第一节 税收的概念和本质

第二节 税收制度概述

第三节 税制体系

重点: 税收和税收制度、税制结构、税制体系的基本概念概念;

难点: 税收要素的概念和特征。

#### 第二章 流转税

第一节 增值税

第二节 消费税

### 第三节 营改增

### 第四节 关税

重点：增值税、消费税和关税的税制要素和税额计算；

难点：增值税、消费税和关税的税制要素和税额计算。

## 第三章 所得税

### 第一节 企业所得税

### 第二节 个人所得税

重点：企业所得税和个人所得税的税制要素和税额计算；

难点：企业所得税和个人所得税的税制要素和税额计算。

## 第四章 其他税

### 第一节 房产税

### 第二节 行为税

重点：房产税、契税、土地增值税、印花税、城建税及教育费附加税制要素和税额计算；

难点：房产税和土地增值税的税制要素和税额计算。

## 第五章 税收筹划的基本理论和基本方法

### 第一节 税收筹划的概念和特点

### 第二节 税收筹划的基本前提、原因和实施条件

### 第三节 影响税收筹划的因素和实施流程

### 第四节 税收筹划的基本方法

重点：税收筹划产生的实施条件，影响筹划的因素，筹划的实施流程，基本的税收筹划的方法；

难点：基本的税收筹划的方法。

## 第六章 流转税的税收筹划

### 第一节 增值税

### 第二节 消费税

重点：增值税和消费税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优惠筹划；

难点：增值税和消费税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优惠筹划。

## 第七章 所得税的税收筹划

### 第一节 企业所得税

### 第二节 个人所得税

重点：企业所得税和个人所得税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优

惠筹划；

难点：企业所得税和个人所得税纳税人筹划，计税依据筹划，税率筹划和税收优惠筹划。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	第一章 税收概论	6			
2	第二章 流转税	16			
3	第三章 所得税	9			
4	第四章 其他税	5			
5	第五章 税收筹划的基本理论和基本方法	3			
6	第六章 流转税的税收筹划	5			
7	第七章 所得税的税收筹划	4			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课。

总评成绩由平时成绩（平时成绩合计占总成绩的60%）：出勤与课堂表现，占总成绩的20%，习题作业，占总成绩的20%；重要案例分析，占总成绩的20%；以及期末成绩，占总成绩的40%构成，期末成绩为开卷考试成绩。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：无

后续课程和教学环节：企业资源计划

平行开设课程和教学环节：财务管理

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

马海涛. 中国税制. 中国人大出版社.

### （二）主要参考书目

1. 杜莉, 徐晔. 中国税制. 复旦大学出版社.
2. 中国注册会计师协会. 2013 年度注册会计师全国统一考试辅导教材: 税法. 经济科学出版社.
3. 童锦治. 税收筹划. 科学出版社.
4. 蔡昌. 税收筹划: 理论、实务与案例. 中国财政经济出版社.
5. 杨志清, 庄粉荣. 税收筹划案例分析. 中国人民大学出版社.

制订人: 刘霞

审核人: 史嵘

审定人: 余晓红

# 《跨国公司经营管理》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Transnational Corporation Management

课程代码: BU252Z19

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 工商管理(专转本)

## 二、教学目标与要求

《跨国公司经营与管理》主要是针对目前国际资本流动的大趋势进行深入研究,研究了跨国公司长期以来的在世界范围内的投资的原因和策略,通过对其学习可以使学生对世界经济发展过程中的国际资本流动有初步了解,因此,学生在学习过程中不能仅仅限于课本内容,应该更多地通过各种途径了解跨国公司的各种投资动态。

基本要求: 本课程主要介绍跨国公司的定义、理论及其经营和管理战略。通过本课程的学习,使学生能够掌握跨国公司经营管理的基本概念、基本理论,掌握跨国公司的投资战略、营销管理、人力资源管理、财务管理、组织管理等基本知识和基本方法,了解跨国公司实践的最新发展和我国企业国际化进程的现状和趋势。本课程注重理论与实践相结合,在理论教学的基础上,积极开展案例教学,使学生能够利用所学知识解决跨国公司在国际市场上从事经营管理活动遇到的实际问题,以此提高分析问题与解决问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 跨国公司概述

第一节 跨国公司的定义和特征

第二节 跨国公司的构成和类型

第三节 跨国公司的形成和发展

第四节 跨国公司世界经济所起的作用

第五节 跨国公司对发展中国家经济的影响

课程内容和基本要求：了解跨国公司定义、其发展深化规律及对世界经济发展的影响，重点需要掌握跨国公司对中国经济发展的影响。

## 第二章 跨国公司理论

### 第一节 跨国公司理论的演变

### 第二节 垄断优势理论

### 第三节 产品周期理论

### 第四节 边际产业扩张理论

### 第五节 内部化理论

### 第六节 国际生产折衷理论

课程内容和基本要求：国际大公司跨越国界投资的原因及对其原因分析而产生的各种理论。重点掌握跨国公司发展的历史及相关理论，跨国公司进入中国投资的主要原因。

## 第三章 跨国公司的全球战略

### 第一节 跨国公司战略的演变

### 第二节 跨国公司全球战略的定义和特征

### 第三节 跨国公司全球战略的基本内容

### 第四节 跨国公司全球战略的类型

### 第五节 跨国公司全球战略管理过程

课程内容和基本要求：了解跨国公司进行全球战略管理的原因，掌握跨国公司战略管理的定义、特征和类型，重点掌握目前跨国公司的全球战略主要有哪些。

## 第四章 跨国公司对外直接投资

### 第一节 跨国公司对外直接投资概述

### 第二节 对外直接投资的动因与条件

### 第三节 对外直接投资环境分析

### 第四节 对外直接投资的可行性研究

### 第五节 对外投资的所有权与控制权

### 第六节 对到国外直接投资的鼓励和投资保证

课程内容和基本要求：了解跨国公司对外直接投资的原因，掌握跨国公司对外直接投资的条件、环境、可行性分析，重点了解跨国公司对外投资时最关注东道主国哪些禀赋条件，对外投资的所有权与控制权状况以及鼓励和投资保障。

## 第五章 跨国公司技术转让

## 第一节 技术与技术转让概述

## 第二节 跨国公司技术转让的方式

## 第三节 跨国公司的技术转让策略

## 第四节 技术转让定价与转让支付方式

## 第五节 技术转让的政策因素及管理控制

课程内容和基本要求：了解目前跨国公司技术转让现状、方式、策略、定价、支付方式及管理控制，重点掌握技术转让的具体策略、定价和支付方式。

## 第六章 跨国公司的经营方式

## 第一节 跨国公司的股权经营方式

## 第二节 跨国并购

## 第三节 跨国公司的非股权经营方式

## 第四节 跨国战略联盟

## 第五节 影响跨国公司选择经营方式的因素

课程内容和基本要求：了解跨国公司有哪些经营方式及各方式的特点，重点掌握跨国公司对不同时期和不同地区采取不同经营方式的原因。

## 第七章 跨国公司的组织管理

## 第一节 跨国公司的组织结构概述

## 第二节 跨国公司组织结构的基本形式及选择

## 第三节 跨国公司的管理控制体制

课程内容和基本要求：了解跨国公司的组织管理特点、组织结构的形式及选择、控制体制，重点掌握跨国公司的管理控制体制。

## 第八章 跨国公司的营销管理

## 第一节 跨国公司的目标市场营销策略

## 第二节 跨国公司的国际市场定位

## 第三节 跨国公司的国际营销组合策略

## 第四节 跨国公司的市场竞争策略

## 第五节 跨国公司的转移价格策略

课程内容和基本要求：了解跨国公司营销在全球营销的组合策略、竞争策略、转移价格策略，重点掌握跨国公司在不同地区使用不同营销策略的原因、具体策略。

## 第九章 跨国公司的财务管理

## 第一节 跨国公司财务管理的职能与财务控制

## 第二节 跨国公司的筹资决策

## 第三节 跨国公司的财务转移

## 第四节 跨国公司的资金运用

## 第五节 跨国公司的外汇风险管理

课程内容和基本要求：了解跨国公司融资策略，重点掌握跨国公司资金运用和风险管理。

## 第十章 跨国公司人力资源管理

### 第一节 跨国公司人力资源管理概述

### 第二节 跨国公司管理人员应具备的素质和能力

### 第三节 跨国公司的人事政策

### 第四节 驻外经理的选择与培训

### 第五节 多国籍员工的管理

### 第六节 跨国家调动

### 第七节 国际报酬政策

课程内容和基本要求：跨国公司人力资源管理策略，重点掌握跨国公司员工培训、薪酬体系和“退休”安排。

## 第十一章 跨国经营的国际规范

### 第一节 WTO 与跨国经营

### 第二节 联合国跨国公司行为守则

### 第三节 地区性和其他国际性规范

课程内容和基本要求：跨国经营的行为守则，重点掌握 WTO 与跨国经营的关系。

## 第十二章 我国企业跨国经营的战略选择

### 第一节 我国建立跨国公司的战略意义

### 第二节 我国企业跨国经营的现状及主要类型与模式

### 第三节 我国企业跨国经营发展的优劣势分析

### 第四节 我国企业跨国发展前景与面临的挑战

### 第五节 我国企业跨国经营的战略选择

课程内容和基本要求：我国企业跨国经济的现状，特别是其实施过程中的绩效，重点掌握我国企业实行中国经营的机遇和挑战。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	跨国公司概述、跨国公司理论	6			
2	跨国公司的全球战略、跨国公司对外直接投资	6			
3	跨国公司技术转让、跨国公司的经营方式	6			
4	跨国公司的组织管理	6			
5	跨国公司的营销管理	6			
6	跨国公司的财务管理	6			
7	跨国公司人力资源管理	6			
8	跨国经营的国际规范、我国企业跨国经营的战略选择	6			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式为开卷。

最终课程的成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，其中平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：国际贸易实务、市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

李尔华编著. 跨国公司经营与管理. 首都经济贸易大学出版社.

### (二) 主要参考书目

1. 原毅军编著. 跨国公司管理. 大连理工大学出版社.

2. 张岩贵著. 跨国公司全球竞争与中国. 中国经济出版社.

3. 阎海峰著. 跨国公司网络组织. 复旦大学出版社.

4. (美) 艾伦.C. 夏皮罗著, 浦军, 蒋屏译. 跨国公司财务管理基础. 中国人民大学出版社.

制订人：田雪莹

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《国际市场营销》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: International Marketing

课程代码: BU252Z25

课程类别: 一般必修

学 时: 48

学 分: 3

适用专业: 市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

《国际市场营销学》是市场营销本科专业的一门专业必修程。通过本课程的学习,使学生正确把握国际市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法,并具有提高利用所学知识解决和处理企业在国际市场经营活动中的实际问题的能力。

**基本要求:**通过本课程的学习,使学生能够正确把握国际市场营销学的基本概念、基本理论和基本方法,了解国际市场营销的环境,掌握国际市场营销的进入战略、竞争战略,掌握企业在国际市场中的营销策略,了解国内外市场营销实践的最新发展。本课程注重理论与实践相结合,在理论教学的基础上,积极开展案例教学,使学生能够利用所学知识解决企业在国际市场经营活动中遇到的实际问题,以此提高分析问题与解决问题的能力。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第一章 国际市场营销导论

第一节 企业走向国际市场的动因

第二节 市场营销学与国际市场营销学

第三节 国际营销与国际贸易

第四节 企业跨国营销的演进及其经营哲学的演变

第五节 国际市场营销面临的国际形势及任务

**课程内容和基本要求:**了解国际市场营销学与市场营销学的关系,掌握企业走向国际市场的动因,理解企业跨国营销的演进及其经营哲学的演变和国际市场营销面临

的国际形势及任务。

**重点和难点：**企业走向国际市场的动因、了解国际营销与国际贸易的区别和联系、掌握企业跨国营销的演进及其经营哲学的演变过程。

## 第二章 国际文化环境

第一节 文化的含义及其在国际市场营销中的地位

第二节 文化要素

第三节 文化分析、文化适应和文化变迁

第四节 国际营销中的商业习惯

**课程内容和基本要求：**了解文化的变化及变化的阻力，掌握文化因素再国际市场营销中的重要性，理解国际营销中的商业习惯。

**重点和难点：**掌握文化因素再国际市场营销中的重要性，理解国际营销中的商业习惯。

## 第三章 国际经济环境

第一节 本地经济环境

第二节 区域经济环境

第三节 全球经济环境

第四节 全球市场环境

第五节 国际金融与外汇环境

**课程内容和基本要求：**了解全球经济发展概况和各国经济制度，掌握区域经济一体化的组织形势及地区经济一体化对国际营销的影响，理解全球市场发展阶段和国际市场竞争者分析。

**重点和难点：**地区经济一体化对国际营销的影响。

## 第四章 国际政治法律环境

第一节 国际政治环境

第二节 国际法律环境

**课程内容和基本要求：**了解国内法律和国际经济法，掌握解决国际贸易争端的途径。理解政府政策的稳定性。

**重点和难点：**国内法律和国际经济法，掌握解决国际贸易争端的途径。

## 第五章 国际技术环境

第一节 知识经济与技术革命

第二节 知识经济时代的技术革命对国际营销的影响

第三节 因特网与国际营销

#### 第四节 技术革命发展趋势

课程内容和基本要求：了解技术革命发展趋势、因特网的商业应用和利用因特网开展营销的特点，掌握知识经济时代的技术革命对国际营销的影响，理解知识经济的涵义与特征。

重点和难点：知识经济时代的技术革命对国际营销的影响。

### 第六章 国际物资自然环境

#### 第一节 各国自然环境与基础设施

#### 第二节 自然环境的恶化与环保运动的兴起

#### 第三节 可持续发展战略与绿色营销

课程内容和基本要求：了解各国自然环境对国际营销的影响，掌握可持续发展战略与绿色营销，理解环保运动对国际营销的影响。

重点和难点：了解各国自然环境对国际营销的影响，掌握可持续发展战略与绿色营销。

### 第七章 国际市场营销信息系统

#### 第一节 国际市场信息概述

#### 第二节 国际市场营销信息系统

课程内容和基本要求：了解国际市场信息的开发和利用的意义，掌握国际市场信息的内容、信息分类以及国际市场营销信息系统的建立和设计，理解国际市场营销信息系统的涵义、内容及作用。

重点和难点：掌握国际市场信息的内容、信息分类以及国际市场营销信息系统的建立和设计，理解国际市场营销信息系统的涵义、内容及作用。

### 第八章 国际市场营销调研

#### 第一节 国际市场营销调研的内容

#### 第二节 国际市场营销调研方案

#### 第三节 国际市场调研方法

#### 第四节 国际市场调研组织

#### 第五节 国际市场特点分析

课程内容和基本要求：了解主要国家和地区市场特点和国际市场消费者行为特点，掌握国际市场调研的内容、范围、拟定调研项目及如何撰写市场调研报告，理解国际市场营销调研的涵义和作用。

重点和难点：掌握国际市场调研的内容、范围、拟定调研项目及如何撰写市场调研报告，理解国际市场营销调研的涵义和作用。

## 第九章 国际市场细分与目标市场

### 第一节 国际市场细分

### 第二节 国际目标市场与产品定位

课程内容和基本要求：了解国际市场细分的涵义及意义，掌握选择目标市场的标准、过程、战略和国际市场产品定位，理解国际市场细分的标准、步骤。

重点和难点：掌握选择目标市场的标准、过程、战略和国际市场产品定位，理解国际市场细分的标准、步骤。

## 第十章 进入国际市场的战略

### 第一节 进入国际市场战略的要素

### 第二节 进入国际市场的模式

### 第三节 影响进入模式选择的因素

课程内容和基本要求：了解进入国际市场战略模式与销售方式的比较，掌握影响进入目标国家的市场因素、环境因素、生产因素、国内因素、产品因素、资源与投入因素，理解进入国际市场的各种模式。

重点和难点：掌握影响进入目标国家的市场因素、环境因素、生产因素、国内因素、产品因素、资源与投入因素，理解进入国际市场的各种模式。

## 第十一章 国际竞争战略

### 第一节 经济全球化与国际市场竞争特点

### 第二节 国际市场竞争分析与竞争战略

### 第三节 国际市场竞争的新战略—国际战略联盟

课程内容和基本要求：了解经济全球化的特点和国际竞争的特点，掌握国际市场竞争分析的方法和竞争战略措施，理解国际战略联盟产生和发展的原因、存在的优势和意义。

重点和难点：掌握国际市场竞争分析的方法和竞争战略措施，理解国际战略联盟产生和发展的原因、存在的优势和意义。

## 第十二章 国际市场产品策略

### 第一节 产品概念与国际市场产品计划

### 第二节 产品标准化与差异化策略

### 第三节 产品系列的选择与产品系列的适应性

### 第四节 国际市场新产品开发

### 第五节 国际市场产品生命周期

### 第六节 国际市场产品的品牌

## 第七节 国际市场产品商标、包装及保证策略

课程内容和基本要求：了解产品系列的选择方案、产品系列的适应性、产品生命周期的几个阶段和国际市场产品生命周期，掌握产品标准化与差异化策略和在国际市场上产品的品牌、商标、包装及保证策略，理解产品质量与 ISO9000 系列质量认证标准和新产品的涵义及其分类、开发过程及推广过程。

重点和难点：掌握产品标准化与差异化策略和在国际市场上产品的品牌、商标、包装及保证策略，理解产品质量与 ISO9000 系列质量认证标准和新产品的涵义及其分类、开发过程及推广过程。

## 第十三章 国际市场定价策略

### 第一节 国际市场产品定价的影响因素

### 第二节 国际市场定价方法

### 第三节 国际市场产品定价策略

### 第四节 调价策略

### 第五节 国际营销价格发展趋势与企业对策

课程内容和基本要求：了解国际营销价格发展趋势和，掌握产品在国际市场上的各种定价方法和各种定价、调价策略，理解影响产品在国际市场定价的各种因素。重点和难点：掌握产品在国际市场上的各种定价方法和各种定价、调价策略，理解影响产品在国际市场定价的各种因素。

## 第十四章 国际市场分销策略

### 第一节 国际分销系统

### 第二节 国际分销渠道的选择

### 第三节 国际分销渠道管理

### 第四节 国际物质分销

课程内容和基本要求：了解国际物质分销目标和重要性，掌握选择、控制和改善国内外分销渠道的方法，理解国际分销渠道的组织结构、国际中间商的类型和国际分销系统的结构。

重点和难点：掌握选择、控制和改善国内外分销渠道的方法，理解国际分销渠道的组织结构、国际中间商的类型和国际分销系统的结构。

## 第十五章 国际促销策略

### 第一节 国际广告策略

### 第二节 国际市场人员推销策略

### 第三节 国际销售推广

#### 第四节 国际营销公共关系

课程内容和基本要求：了解国际广告代理制度和影响国际市场销售推广因素，掌握国际广告策略、国际市场人员推销策略及具体方法，理解国际销售推广的涵义与特点、国际销售推广的分类和策略的制定。

重点和难点：掌握国际广告策略、国际市场人员推销策略及具体方法，理解国际销售推广的涵义与特点、国际销售推广的分类和策略的制定。

### 第十六章 国际服务营销

#### 第一节 服务与服务营销

#### 第二节 国际服务营销

#### 第三节 国际服务营销战略

#### 第四节 国际服务营销组合策略

课程内容和基本要求：了解服务的涵义、类型、分类及其在国民经济发展中的作用，掌握国际服务营销组合策略的要素和使用方法，理解服务营销的涵义与特征和国际服务营销的定位战略和优质服务战略。

重点和难点：掌握国际服务营销组合策略的要素和使用方法，理解服务营销的涵义与特征和国际服务营销的定位战略和优质服务战略。

### 第十七章 国际营销组织、计划与控制

#### 第一节 国际营销计划

#### 第二节 国际营销组织

#### 第三节 国际营销控制

课程内容和基本要求：了解国际营销计划的涵义、国际营销控制的涵义和内容，掌握国际营销组织结构类型及选择方法和国际营销控制程序，理解影响国际营销组织结构设计的因素。

重点和难点：掌握国际营销组织结构类型及选择方法和国际营销控制程序，理解影响国际营销组织结构设计的因素。

### 第十八章 国际市场营销道德

#### 第一节 市场营销道德理论研究及其应用

#### 第二节 国际营销行为的道德评价

#### 第三节 国际营销中的道德问题表现

#### 第四节 国际营销面临各国差异的营销道德

课程内容和基本要求：了解西方国家对企业营销道德的研究与应用发展和国际营销中的道德问题表现，掌握不同国家对营销道德态度的差异性及其针对各国营销道德的

差异性制定营销决策，理解评价国际营销道德的一般理论。

重点和难点：掌握不同国家对营销道德态度的差异性及针对各国营销道德的差异性制定营销决策，理解评价国际营销道德的一般理论。

## （二）学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	国际市场营销导论、国际文化环境、	6			
2	国际经济环境、国际政治法律环境	6			
3	技术环境、物质自然环境	2			
4	国际市场营销信息系统、国际市场营销调研	4			
5	国际市场细分与目标市场	3			
6	进入国际市场的战略、国际竞争战略	6			
7	国际市场产品策略、国际市场定价策略	6			
8	国际市场分销策略、国际促销策略	6			
9	国际服务营销	3			
10	国际营销组织、计划与控制和国际市场营销道德	6			
合计		48			
		48			

## 四、相关说明

### （一）考核方式及成绩评定办法

本课程属考查课，考核方式为开卷。

最终课程的成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，其中平时成绩占 60%，期末成绩占 40%。

### （二）与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：国际贸易实务、市场营销学

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 五、教材和主要参考书目

### （一）教材

甘碧群主编. 国际市场营销学（第二版）. 高等教育出版社.

## （二）主要参考书目

1. (美) 菲利普 R 凯特奥拉, 约翰 L 格雷厄姆著. 周祖城, 赵银得, 张璘译. 国际市场营销学. 机械工业出版社.
2. 苏比哈什·C·贾殷著. 吕一林, 雷丽华主译. 国际市场营销 (第六版). 中国人民大学出版社.
3. 蔡新春, 何永祺编著. 国际市场营销学 (第二版). 暨南大学出版社.
4. (美) Warren J Keegan 著. 全球营销管理 (第七版). 清华大学出版社.

制订人：田雪莹

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《电子商务》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Electronic Commence

课程代码: BU272Z03

课程类别: 学科任选

学 时: 32

学 分: 2

适用专业: 工商管理(专转本)、市场营销(专转本)

## 二、教学目标与要求

通过学习,使学生正确理解电子商务概念和基本知识,掌握电子商务的运作模式和电子商务涉及的诸多技术,熟悉电子商务与其它领域(如市场营销、工商管理等)的关系,为后续课程和实际应用打下基础。

通过课程学习,要求学生掌握电子商务的相关概念及其发展趋势,掌握电子商务的特点、方法和手段,了解信息技术在电子商务中的应用。掌握计算机网络技术的有关概念及其应用,和进行电子商务活动的基本技能。从理论上让学生了解电子商务的工作原理,以及它对消费者、企业、市场和整个社会的影响;其次,从技术应用角度掌握电子商务系统是如何利用信息技术实现的;从企业管理角度让学生知道电子商务应用中的安全管理和不同电子商务模式的交易与实施管理;从应用角度让学生掌握电子商务如何结合企业类型进行应用的,以及如何在网上拓展商机,以及为企业进行电子商务的策划。

## 三、教学内容及学时数分配

### (一) 教学内容

#### 第1章 电子商务基本知识

- 1.1 电子商务研究的目的、内容和方
- 1.2 电子商务的产生与发展
- 1.3 电子商务的概念定义
- 1.4 电子商务的分类与特征
- 1.5 电子商务环境基本要求:通过学习,要求学生掌握电子商务的基本概念及应

用，掌握电子商务的产生及发展，了解电子商务的分类、电子商务的系统及其与企业竞争的优势和电子商务环境等。

## 第2章 电子商务框架体系

### 2.1 电子商务框架

### 2.2 电子商务模式

### 2.3 电子商务流程

基本要求：掌握电子商务系统的有关概念，了解电子商务系统的组成、结构及功能，了解电子商务环境及电子商务系统的基本机理。了解企业开展电子商务有哪些优势和好处，以及电子商务对企业经营管理的影响，掌握企业电子商务实施策略的原则和方法。

## 第3章 电子商务经济学基础

### 3.1 电子商务的传统经济学视角

### 3.2 电子商务的信息经济学视角

### 3.3 电子商务的网络经济学视角

基本要求：了解电子商务经济学有哪些优势和好处，以及电子商务对企业经营管理的影响，掌握企业电子商务实施策略的原则和方法。

## 第4章 电子商务法律制度

### 4.1 电子商务法概述

### 4.2 国际组织电子商务立法

### 4.3 外国的电子商务立法

### 4.4 中国的电子商务立法

### 4.5 电子商务法律体系及内容

基本要求：了解电子商务法律的基本知识。

## 第5章 电子商务组织与管理

### 5.1 电子商务组织

### 5.2 电子商务管理

### 5.3 电子商务运营

### 5.4 电子商务与SCM、ERP、BPR、CRM

### 5.5 电子商务项目管理

## 第6章 电子商务链分析

### 6.1 电子商务链概念

### 6.2 电子商务链流程

### 6.3 电子商务链内容

### 6.4 电子商务链应用

### 6.5 电子商务链案例

基本要求：结合第 5、6 章、了解企业电子商务的法律环境，交易、安全、知识产权等；掌握电子商务的经济环境和市场环境，如税收政策、货币政策和网上产业市场发展与购买行为等。掌握电子商务的技术基础，包括信息技术、Internet 知识，掌握电子商务网站建设的方法和流程，了解电子商务的支付系统、电子商务的物流系统及其电子商务面临的安全问题及对策等。

## 第 7 章 电子商务网络平台技术

### 7.1 通信技术

### 7.2 网络技术

### 7.3 数据库技术

### 7.4 Web 技术

基本要求：基本掌握计算机技术、网络技术、数据库技术，掌握 Internet 的基础知识及网页制作设计，了解 Internet 的 IP 和域名，Internet 的应用等。要求学会电子商务网站的策划与设计。

## 第 8 章 电子商务安全技术

### 8.1 电子商务中安全要素及面临的安全问题

### 8.2 病毒及黑客防范技术

### 8.3 防火墙技术

### 8.4 加密算法

### 8.5 基于公开密钥体系的数字证书认证技术

### 8.6 安全套接层(SSL)协议

### 8.7 安全电子交易(SET)协议

### 8.8 Windows 系统中证书的应用

### 8.9 信息安全管理

基本要求：掌握电子商务技术应用的方法，了解网络平台技术以及电子商务中涉及的安全技术。

## 第 9 章 电子商务支付技术

### 9.1 电子支付系统概述

### 9.2 电子现金

### 9.3 信用卡

#### 9.4 电子支票

#### 9.5 智能卡与电子钱包

基本要求：基本要求：了解电子商务的支付系统、电子商务的物流系统及其电子商务面临的安全问题及对策等。

### 第10章 电子商务中的物流技术

#### 10.1 电子商务物流技术简介

#### 10.2 物流信息系统

#### 10.3 条码技术

#### 10.4 GPS 技术

#### 10.5 GIS 技术

#### 10.6 RFID 技术

#### 10.7 SCM

#### 10.8 CRM

#### 10.9 JIT

10.10 其他物流技术基本要求：掌握物流的基本概念、电子商务物流的基本理论、方法和新型电子商务物流配送中心的使用，并掌握条形码，射频技术、全球定位系统等

等技术等。

### 第11章 商贸业电子商务

### 第12章 金融业电子商务

### 第14章 制造业电子商务应用

### 第15章 电子商务行业应用

基本要求：掌握销电子商务技术应用的方法，学会针对不同行业建立网上商店，进行网络拍卖，了解不同行业电子商务系统构建和实现，了解其基本原理和策略。

### 第16章 移动电子商务

#### 16.1 移动电子商务的概念与特点

#### 16.2 移动电子商务的技术实现

#### 16.3 移动电子商务的商务模式

#### 16.4 移动电子商务的应用

#### 16.5 移动电子商务的发展

基本要求：掌握移动电子商务的基本知识，分析其应用及发展前景。

## (二) 学时分配

序号	主要内容	学时分配			其它
		讲课	实验	上机	
1	电子商务基本知识	3			
2	电子商务框架体系	2			
3	电子商务经济学基础	2			
4	电子商务法律制度	2			
5	电子商务组织与管理	2			
6	电子商务链分析	2			
7	电子商务网络平台技术	3			
8	电子商务安全技术	3			
9	电子商务支付技术	2			
10	电子商务中的物流技术	3			
11	电子商务行业应用（商贸、金融、制造等）	6			
12	移动电子商务	2			
合计		32			
		32			

## 四、相关说明

### (一) 考核方式及成绩评定办法

教学方法以课堂讲授为主，辅以实验教学、课堂讨论和课外作业、实践活动等。  
本课程期末考核方式为开卷。

总评成绩由平时成绩 30%，期末考试成绩 70% 构成。

### (二) 与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：管理学、管理信息系统

后续课程和教学环节：毕业实习

平行开设课程和教学环节：企业资源计划

## 五、教材和主要参考书目

### (一) 教材

李琪. 电子商务概论. 高等教育出版社出版

## (二) 主要参考书目

1. 祁明. 电子商务实用教程. 高等教育出版社.
2. 宋文官. 电子商务实用教程. 高等教育出版社.
3. 章剑林. 电子商务概论. 浙江大学出版社.

制订人：杨传明

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《毕业设计（论文）》教学大纲

## 一、基本信息

课程编号：BU381106 / BU381Z02

总学时数：14 周

总学分数：14

课程性质：专业必修

适用专业：物流管理、工商管理、市场营销、金融工程、工商管理（专转本）、  
市场营销（专转本）

## 二、课程的任务和基本要求

毕业设计（论文）是本科教学过程的最后一个重要环节，学生可以就本专业或相近学科领域的某一论题，综合运用所学的专业知识与基本方法，观察、分析和解决有关理论的或现实的问题；也可以就某一实际管理问题，设计解决方案。通过毕业设计（论文）环节，培养学生综合应用本学科的基础理论、基本技能、专业知识，分析和解决实际问题的能力与从事科研工作的初步能力。

## 三、基本内容和要求

毕业设计（论文）的工作进程分为命题—选题—确题、论文写作（设计）—完成及毕业设计（论文）答辩三个阶段进行。

### 1. 命题—选题—确题阶段

- （1）指导教师应按命题原则进行命题，命题在输入系统前需由各系组织初审。
- （2）选题可采用教师指定学生或双向选择两种方式。
- （3）学生选题完成后，指导教师应及时与每位指导的学生见面，并向学生讲授课题要求、论文写作的基本规范和写作方法。
- （4）指导教师应在规定时间下达毕业设计（论文）任务书。
- （5）如因特殊情况需要变更题目的，由指导教师提出申请，说明更改理由，经系主任审核同意，方可变更。

### 2. 论文写作（设计）—完成阶段

- （1）学生应在教师的指导下，开展前期研究并撰写开题报告，开题报告经指导教师审核通过后方可进行论文写作，开题报告格式参照学校有关规定。

(2) 学生应按任务书要求独立完成论文写作或设计工作，撰写规范及要求参照学校有关规定。学生应按时在网上填写周志，指导老师也要及时批阅。

(3) 学生在毕业论文终稿完成后，需通过学校指定的论文检测系统进行相似率检测。相似率达到或超过 30% 的论文不能参加论文答辩。

各系在论文中期应组织一次中期检查，对进度脱期的学生提出处理意见。学院将对毕业论文工作组织不定期检查。

### 3. 毕业设计（论文）答辩阶段

(1) 学院将根据学校毕业论文答辩工作通知要求，成立答辩委员会，布置落实各项答辩工作。

(2) 学生参加答辩，应事先写出书面提纲，并制作 PPT。答辩内容包括：介绍课题的任务、目的意义，所完成的设计（论文）的基本内容、主要思路、方法和成果，以及对完成的任务情况的自我评价。

(3) 答辩小组根据学生的介绍，就有关课题的基本概念、基本理论，方案设计，计算方法，实验等方面的主要问题对学生提出质询。

(4) 答辩时，学生介绍时间为 10-15 分钟左右，质询提问时间为 10-15 分钟左右。

(5) 答辩小组应指派专人记录答辩过程，答辩结束后，答辩小组应根据答辩情况填写《毕业设计（论文）答辩评分表》。

## 四、实践环节和要求

由指导教师下达。

## 五、教学时数分配

资料收集及前期研究	4 周
撰写开题报告	1 周
论文写作（设计）	7 周
论文评阅	1 周
论文答辩、成绩评定	1 周

## 六、有关说明

### 1、教学和考核方式

1. 毕业设计（论文）的成绩评定采用五级记分制（优、良、中、及格、不及格），由指导教师、评阅教师和答辩小组分别对学生毕业论文的综合情况和答辩情况给出评语和成绩。

2. 毕业设计（论文）的成绩评定应坚持标准，从严要求，总评成绩包括：指导教师建议成绩、评阅教师建议成绩、答辩成绩三部分，分别占总成绩的 40%、20% 和 40%。

3. 总评成绩为“优”者不超过参加答辩学生人数的 15%；总评成绩为“良”以上者不超过参加答辩人数的 60%（含“优”）——学生人数以专业计算。

4. 推荐校优和省优的毕业论文由答辩委员会研究决定，原则上要求论文相似率在 15%（含 15%）以下。

5. 毕业设计（论文）成绩以答辩委员会正式公布的成绩为准。

## 2、习题：

无

## 3、能力培养要求

- (1) 文献检索、阅读及综述能力；
- (2) 数据、资料采集与处理能力；
- (3) 分析问题、解决问题的能力；
- (4) 毕业设计（论文）的规范写作能力；
- (5) 知识综合运用及创新能力。

## 4、与其它课程和教学环节的联系

先修课程和教学环节：本科阶段所有课程

后续课程和教学环节： 无

平行开设课程和教学环节： 无

## 5、教材和主要参考书目

由指导教师规定

制订人：余晓红

审核人：王世文

审定人：余晓红

# 《毕业论文》教学大纲

## 一、基本信息

课程编号：BU381305

总学时数：10 周

总学分数：10

课程性质：综合必修

适用专业：旅游管理

## 二、课程的任务和基本要求

毕业论文是全部教学过程中最后一个重要的实践性教学环节，学生可以就旅游管理专业学科领域的某一论题，综合运用所学的专业知识与基本方法，观察、分析和解决有关理论的或现实的问题；通过毕业论文环节，培养学生综合应用本学科的基础理论、基本技能、专业知识，分析和解决实际问题的能力与从事科研工作的初步能力。

## 三、基本内容和要求

毕业论文的工作进程分为命题—选题—确题、论文写作—完成及毕业论文答辩三个阶段进行。

### 1. 命题—选题—确题阶段

- (1) 指导教师应按命题原则进行命题，命题在输入系统前需由各系组织初审。
- (2) 选题可采用教师指定学生或双向选择两种方式。
- (3) 学生选题完成后，指导教师应及时与每位指导的学生见面，并向学生讲授课题要求、论文写作的基本规范和写作方法。
- (4) 指导教师应在规定时间下达毕业论文任务书。
- (5) 如因特殊情况需要变更题目的，由指导教师提出申请，说明更改理由，经系主任审核同意，方可变更。

### 2. 毕业论文完成阶段

- (1) 学生应在教师的指导下，开展前期研究并撰写开题报告，开题报告经指导教师审核通过后方可进行论文写作，开题报告格式参照学校有关规定。
- (2) 学生应按任务书要求独立完成论文写作或设计工作，撰写规范及要求参照

学校有关规定。学生应按时在网上填写周志，指导老师也要及时批阅。

(3) 学生在毕业论文终稿完成后，需通过学校指定的论文检测系统进行相似率检测。相似率达到或超过 30% 的论文不能参加论文答辩。

各系在论文中期应组织一次中期检查，对进度脱期的学生提出处理意见。学院将对毕业论文工作组织不定期检查。

### 3. 毕业论文答辩阶段

(1) 学院将根据学校毕业论文答辩工作通知要求，成立答辩委员会，布置落实各项答辩工作。

(2) 学生参加答辩，应事先写出书面提纲，并制作 PPT。答辩内容包括：介绍课题的任务、目的意义，所完成毕业论文的基本内容、主要思路、方法和成果，以及对完成的任务情况的自我评价。

(3) 答辩小组根据学生的介绍，就有关课题的基本概念、基本理论，方案设计，计算方法，实验等方面的主要问题对学生提出质询。

(4) 答辩时，学生介绍时间为 10-15 分钟左右，质询提问时间为 10-15 分钟左右。

(5) 答辩小组应指派专人记录答辩过程，答辩结束后，答辩小组应根据答辩情况填写《毕业论文答辩评分表》。

## 四、实践环节和要求

由指导教师下达。

## 五、教学时数分配

撰写开题报告	1 周
论文写作（设计）	7 周
论文评阅	1 周
论文答辩、成绩评定	1 周

## 六、有关说明

### 1、教学和考核方式：

1. 毕业论文的成绩评定采用五级记分制(优、良、中、及格、不及格)，由指导教师、评阅教师和答辩小组分别对学生毕业论文的综合情况和答辩情况给出评语和成绩。

2. 毕业论文的成绩评定应坚持标准，从严要求，总评成绩包括：指导教师建议

成绩、评阅教师建议成绩、答辩成绩三部分，分别占总成绩的 40%、20%和 40%。

3. 总评成绩为“优”者不超过参加答辩学生人数的 15%；总评成绩为“良”以上者不超过参加答辩人数的 60%（含“优”）——学生人数以专业计算。

4. 推荐校优和省优的毕业论文由答辩委员会研究决定，原则上要求论文相似率在 15%（含 15%）以下。

5. 毕业论文成绩以答辩委员会正式公布的成绩为准。

## 2、习题：

无

## 3、能力培养要求：

- (1) 文献检索、阅读及综述能力；
- (2) 数据、资料采集与处理能力；
- (3) 分析问题、解决问题的能力；
- (4) 毕业设计（论文）的规范写作能力；
- (5) 知识综合运用及创新能力。

## 4、与其它课程和教学环节的联系：

先修课程和教学环节：学年论文

后续课程和教学环节：无

平行开设课程和教学环节：无

## 5、教材和主要参考书目：

由指导教师规定

制订人：柯英

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《认识实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Cognition Practice

课程代码: BU382101/BU382201

课程类别: 综合必修

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 工商管理、市场营销

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

认识实习是工商管理专业、市场营销专业在对管理学以及相关专业知识学习的基础上,所补充的实践环节内容,具有承前启后的意义,是学生理论联系实际环节,用来增加学生的实践知识,体会管理知识在实践中的应用,提高学生的就业竞争能力,为将来所学的专业课打好实践基础。

基本要求:

1、通过认识实习,可以进一步巩固和深化所学的基础理论知识(管理学等专业知识基础课),弥补课堂教学的不足,以提高学生理论知识的认识能力,熟悉企业流程,企业管理部门的设计和管理过程,为后续专业课学习打好基础。

2、通过认识实习,了解产品的制造过程,熟悉企业人力资源管理机制,组织设计以及部门之间的协调方式,了解企业的市场运作,培养学生的专业素质。

3、通过认识实习,初步接触社会,提高学生的自主学习能力和社交能力,学习企业较新的现代管理理念,和创新协作的企业文化精神

## 三、实践教材、指导书及参考书目

无

## 四、考核方式及成绩评定

实习成绩在实习结束后评定;考核依据包括:实习日记(笔记、心得)、实习报告、实习总结、考勤四个方面;成绩等第分五级:优、良、中、及格、不及格。

## 五、其它必要说明

无

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
	了解掌握实习单位概况	根据讲座、参观等方式实习单位的整体进行把握。		
	企业运营的过程和方式	根据讲座、参观等方式了解企业的整个运营过程等		
	了解和分析企业的相关制度	根据讲座、参观等方式企业各部门的职能、职责和权利。在可能的情况下了解企业生产系统、财务系统的设计以及企业的各项管理制度和规则		

制订人：李雪冬

审核人：韩云

审定人：余晓红

# 《管理实训》实践环节教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Management training

课程代码: BU382102/BU38202

课程类别: 综合必修

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 工商管理、市场营销

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

管理实训目的:

管理实训即企业模拟经营沙盘(简称 ERP 沙盘)实训是集知识性、趣味性、对抗性于一体的企业管理技能训练课程。参训学生被分成若干个团队,每个团队由 5 个学生组成,学生分别担任总经理、营销总监、生产总监、财务总监、采购总监等。每个团队经营一个拥有销售良好、资金充裕的虚拟公司,连续从事 4-6 个会计年度的经营活动。通过直观的企业沙盘,模拟企业实际运行状况,通过实训让学生了解企业整体战略、产品研发、生产、市场、销售、财务管理、团队协作等多个方面,让学员在游戏般的训练中体验完整的企业经营过程,感受企业发展的典型历程,感悟正确的经营思路和管理理念;让学生在实训中掌握市场分析的方法制定企业的战略规划和营销策略,即产品策略、价格策略、渠道策略及促销广告策略等,在竞争中取得竞争优势;培养学生的团队协作意识和合作精神,共同面对企业的模拟经营中遇到的各种问题,团队成员协同一致去发现机遇,分析问题,制定决策,保证公司成功及不断成长。

实训任务和要求:

### 1、总经理 CEO 的任务

制定发展战略、竞争格局分析、经营指标确定、业务策略制定、全面预算管理、管理团队协同、企业绩效分析、业绩考评管理、管理授权与总结

### 2、财务总监 CFO 的任务

日常财务记账和登账、向税务部门报税、提供财务报表、日常现金管理、企业融资策略制定、成本费用控制、资金调度与风险管理、财务制度与风险管理、财务分析

与协助决策

### 3、营销总监 CMO 的任务

市场调查分析、市场进入策略、品种发展策略、广告宣传策略、制定销售计划、争取定单与谈判、签订合同与过程控制、按时发货应收款管理、销售绩效分析

### 4、生产总监 CPO 的任务

产品研发管理、管理体系认证、固定资产投资、编制生产计划、平衡生产能力、生产车间管理、产品质量保证、成品库存管理、产品外协管理

### 5、采购总监 CLO 的任务

编制采购计划、供应商谈判、签订采购合同、监控采购过程、到货验收、仓储管理、购支付决择、财务部协调、生产部协同

6、实训结束后每个同学都要按实训手册要求填写实习报告，字数不少于 2600 字，内容包括：团队在实训过程中的计划方案，实施过程及最后的效果；每个同学根据扮演的角色所承担的任务及完成情况进行总结；收获和体会等。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 郑丰主编. ERP 沙盘模拟实战教程. 首都经贸大学出版社.
2. 王新玲等主编. ERP 沙盘模拟高级指导教程. 清华大学出版社.
3. 陈明等主编. ERP 沙盘模拟实训教程. 化学工业出版社.
4. 何晓岚主编. ERP 沙盘模拟实用教程. 北京航空航天大学出版社.

## 四、考核方式及成绩评定

实训成绩评定标准：

实训成绩由考勤 20%，实训表现 20%，实训竞赛成绩 30%，实训报告 30% 构成。

## 五、其它必要说明

实训时间为第 4 学期的短学期，地点为商学院实训机房，校内集中实训。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	集中讲解实训内容、要求及实训规则	课堂教学及实训分组选出 CEO	半天	
2	了解、熟悉实训软件	掌握实训软件的操作方法	半天	

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
3	分组进行实训演练	按 ERP 沙盘模拟企业经营规则团队成员分工负责进行企业模拟经营对抗，经营 1-3 年	1 天	
4	分组进行实训	按 ERP 沙盘模拟企业经营规则团队成员分工负责进行企业模拟经营对抗，经营 4-6 年	1 天	
5	分组进行实训	按 ERP 沙盘模拟企业经营规则团队成员分工负责进行企业模拟经营对抗，经营 1-6 年	1 天	
6	实训总结	指导教师对实训结果进行点评、分析；学生按要求撰写实训报告	1 天	

制订人：刘华

审核人：李雪冬

审定人：余晓红

# 《市场调查及市场预测课程设计》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Course Design of Market Investigating and Forecasting

课程代码: BU382103

课程类别: 综合实践

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 市场营销、工商管理

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

市场调查及预测课程设计是市场营销、工商管理专业（本科）集中实践性环节之一，是学习完《市场调查及市场预测》课程后进行的一次全面的综合练习。学生需要根据所选主题，设计问卷，展开调查，撰写调查报告。通过本次实践活动，使学生加深对市场调查及预测的基础理论和基本知识的理解，掌握市场调查与预测的基本方法，并能够运用这些方法进行市场调查和预测活动。

在本次实践活动中，学生首先应分组，同时讨论选择一个有代表性、典型性的和实际应用价值的市场调查问题；然后，根据调查主题，撰写市场调查方案书，其中应包括调查目的、调查对象和调查单位、调查项目、调查时间、调查地点、调查方式和方法、调查资料整理和分析方法、提交报告的方式；然后学生应根据调查方案书展开实地调查；最后，在实地调查结束后，学生应对调查问卷进行整理。清除掉废卷。然后，对问卷进行录入，录入后要检查。最后，学生对录入的数据进行分析，制作图表，撰写调查报告并提交。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 庄贵军. 市场调查与预测（第二版）. 北京大学出版社.
2. 刘玉洁. 市场调研与预测（第二版）. 大连理工大学出版社.
3. 魏炳麒. 市场调查与预测（第三版）. 东北财经大学出版社.
4. 柯惠新, 丁立宏主编. 市场调查, 高等教育出版社.

## 四、考核方式及成绩评定

本课程为考查课。总成绩由调查问卷成绩 30%，调查报告成绩 70% 构成。

## 五、其它必要说明

本实践在第 4 学期开设。实践地点为校内。学生需要提交市场调查问卷和市场调查报告书。市场调查问卷应包括标题、问卷说明、被调查者基本情况、调查内容、编码号、调查者情况，问卷的基本结构格式如下：

### 一、问卷的标题

概括说明调查研究主题，使被调查者对所要回答什么方面的问题有一个大致的了解。确定标题应简明扼要，易于引起回答者的兴趣。

### 二、问卷说明（问候语也叫开场白、填写说明）

问卷说明旨在向被调查者说明调查的目的、意义。

### 三、被调查者基本情况

这是指被调查者的一些主要特征通过这些项目，便于对调查资料进行统计分组、分析。

四、调查主题内容（主体核心部分，包括所要调查的全部问题，主要由问题和答案组成）

### 五、编码

编码是将问卷中的调查项目变成数字的工作过程，大多数市场调查问卷均需加以编码，以便分类整理，易于进行计算机处理和统计分析。所以，在问卷设计时，应确定每一个调查项目的编号和为相应的编码做准备。通常是在每一个调查项目的最左边按顺序编号。

### 六、作业证明的记载（调查者情况）

在调查表的最后，附上调查员的姓名、访问日期、时间等，以明确调查人员完成任务的性质。

市场调查研究报告的格式如下：

一般由 标题、目录、概要、正文、附录等几部分组成。

#### 一、标题

标题包括市场调查题目、报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

#### 二、目录

#### 三、概要

概要应简要介绍调查的背景、目的以及所取得的主要结论和建议。

#### 四、正文

正文是市场调查分析报告的主要部分。正文包含的内容应涵盖如下四个方面：第一，调查方法的说明。第二，关于问题背景的介绍。第三，关于调查过程具体情况的介绍。第四，提出结论和建议。

#### 五、附录

附录是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。

附录是对正文报告的补充或更详尽说明。附录包括数据汇总表、原始资料背景材料和必要的工作技术报告。

#### 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	备注
1	分组和确定调查主题	学生首先按 2-4 人一组分组，然后讨论确定一个调查主题。调查主题应具有营销调查价值，同时学生能接触到被调查对象	
2	设计市场调查方案、设计调查问卷	学生应根据调查主题，设计市场调查方案书，其中应包括调查目的、调查对象和调查单位、调查项目、调查时间、调查地点、调查方式和方法、调查资料整理和分析方法、提交报告的方式。另外，应设计调查问卷，对问卷进行试调查。	
3	进行实地调查	学生应根据调查方案书展开实地调查。在调查时首先应注意人身安全，其次应保证信息的真实性	
4	调查问卷录入和分析、撰写调查报告并提交	在实地调查结束后，学生应对调查问卷进行整理。清除掉废卷。然后，对问卷进行录入，录入后要检查。最后，学生对录入的数据进行分析，制作图表，撰写调查报告并提交。	

制订人：王辉晖

审核人：王勇

审定人：余晓红

# 《专业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Professional Practice

课程代码: BU382104/BU382204

课程类别: 综合必修

课程周数: 4

学 分: 4

适用专业: 工商管理、市场营销

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

专业实习是工商管理 and 市场营销专业学生的专业必修课程,本课程的任务是通过四周时间的现场实际上岗跟班训练的学习,在生产流通企业和管理部门的工作岗位上,由现场实际工作人员具体指导,将学生在此之前所学的各类理论知识转化为与实际工作相结合的具体过程。基本要求是,学生通过四周的现场实习,能够提高理论联系实际的能力,进而加深对理论学习的认识,学会带着问题进入后期的专业课程学习。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

无

## 四、考核方式及成绩评定

现场由岗位责任人作为实习指导老师进行面授指导,实习结束后每个学生独立写出实习报告,在此基础上,结合实习单位评价和报告的考核形式按五级分制评定成绩。

## 五、其它必要说明

无

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间(天)	备注
1	了解掌握实习单位概况	从参观企业开始,由企业内部人员授课,到岗位实习。		

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
2	了解掌握实习单位岗位职责	在岗位了解本职工作任务、要求、职责。		
3	了解和分析对岗位的要求	了解所在企业对本岗位的相关规定及企业的流程工艺与经营情况		

制订人：李雪冬

审核人：田雪莹

审定人：余晓红

# 《毕业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Graduation Field Work

课程代码: BU382105

课程类别: 综合必修

课程周数: 3

学 分: 3

适用专业: 工商管理

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

教学目的: 毕业实习是工商管理专业重要的实践教学环节。通过实习,培养学生综合运用专业知识分析、解决实际问题的能力,增强学生职业道德意识和社会责任感,增强未来参加工作的适应性。具体目的主要有:

1. 深入了解和熟悉企业管理岗位的一般业务手段和方法,为毕业后胜任专业工作打好基础。
2. 进一步掌握和深化已学的专业相关理论和知识。
3. 培养学生的对企业管理的感性认识,提高学生发现问题和解决问题的能力。
4. 在实践中培养学生的专业精神和勤奋务实的工作作风。
5. 从学生的实习表现中了解学生对专业理论知识的掌握程度和灵活应用的能力,便于进一步完善教学工作。

基本要求: 毕业实习是以实习单位为课堂,以实习单位中具有丰富实践经验的管理者和员工为老师,要求学生必须做到:

1. 尊重实践,尊重管理人员及其他实习相关人员,虚心听取讲解,认真做好笔记,细心进行现场操作;
2. 借阅实习单位提供的资料,必须按有关规定妥善保管,完整归还,注意保密;
3. 遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律;
4. 按时填写实习日志,认真撰写实习总结和实习报告。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

无

### 四、考核方式及成绩评定

(1) 实习单位对每个实习生进行实习鉴定，撰写评语，并按百分制给实习生打分。

(2) 校内指导教师根据学生实习日志填写情况、实习总结和实习报告的质量进行打分。

(3) 实习综合评定成绩由实习单位成绩评定 30%，实习日记成绩 20%，实习报告成绩 20%，综合表现成绩 30% 构成。

### 五、其它必要说明

无

### 六、实践内容与具体要求

(一) 全面了解企业经营管理状况，具体包括（视具体情况而定）：

1. 企业概况、产品结构和工艺流程。
2. 全面了解企业经营管理循环——供应、生产、营销各环节的决策、计划、组织、人员配备和控制工作。
3. 企业组织机构设置，各职能部门之间的相互协调机制。
4. 企业各项管理制度的建设、执行、监督和完善，以及竞争机制、监督机制和激励机制的作用。
5. 了解企业经济效益，经营状况与财务状况，筹资、投资、运营资金、成本及利润分配管理，重点了解企业在资金和成本管理方面的特色。
6. 企业管理的发展史及管理机构的设置情况
7. 各机构层次及职权范围如何设置及划分
8. 计划部门的职责，计划的种类及各计划间的关系
9. 计划、生产、销售部门是如何协调关系的
10. 计划制定的依据、程序及计划的执行与检查
11. 科研计划与新产品开发的关系
12. 全面质量管理体系及其特点
13. 财务部门的组织结构、业务分工及其相互关系
14. 企业成本核算及核算方法

15. 企业与银行、税务部门及其他中介结构的关系及业务往来

(二) 了解掌握实习单位主要经营业务，具体要求包括（视具体情况而定）：

1. 了解企业总体情况，包括企业历史、现状，企业营销状况，企业产品组合、产品线和产品项目情况。企业内部管理状况一般包括企业规章制度的建立健全、生产过程组织、营销部门组织结构以及管理基础工作等。

2. 了解新产品开发过程中所经过的阶段，各阶段所进行的主要工作内容。

3. 了解和掌握生产作业统计及调度工作的内容及方法

4. 了解企业新产品开发的总体情况

5. 了解和掌握质量指标的含义及确定方法

6. 了解企业会计业务工作流程

7. 掌握企业成本核算及核算方法

8. 了解企业内部财务会计管理制度

9. 了解企业会计业务工作流程

10. 质量控制及检查的方法

11. 了解企业建立现代企业制度及上市公司的运作情况。

(三) 了解和分析实习单位的某一领域相关问题，具体要求包括

1. 找出实习单位某一领域中存在的不足, 提出自己的合理化建议和改进措施, 并加以总结。

2. 与同国内外同行业相比，本企业生产技术及管理水平所处的地位。

3. 学习和借鉴国外先进的管理经验的情况。

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	了解掌握实习单位概况	见六（一）		
2	了解掌握实习单位主要经营业务	见六（二）		
3	了解和分析实习单位的某一领域相关问题	见六（三）		

制订人：李雪冬

审核人：韩云

审定人：余晓红

# 《毕业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Graduation Field Work

课程代码: BU382205

课程类别: 综合必修

课程周数: 3

学 分: 3

适用专业: 市场营销

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

基本任务: 毕业实习是市场营销专业重要的实践教学环节。通过实习, 培养学生综合运用专业知识分析、解决实际问题的能力, 增强学生职业道德意识和社会责任感, 增强未来参加工作的适应性。主要任务包括:

1. 深入了解和熟悉市场营销岗位一般业务手段和方法, 为毕业后胜任专业工作打好基础。
2. 进一步掌握和深化已学的专业相关理论和知识。
3. 培养学生的市场敏感性, 即从市场中发现问题和解决问题的能力。
4. 在实践中培养学生的专业精神和勤奋务实的工作作风。
5. 从学生的实习表现中了解学生对专业理论知识的掌握程度和灵活应用的能力, 便于进一步完善教学工作。

基本要求: 毕业实习是以实习单位为课堂, 以实习单位中具有丰富实践经验的管理者和员工为老师, 要求学生必须做到:

1. 尊重实践, 尊重管理人员及其他实习相关人员, 虚心听取讲解, 认真做好笔记, 细心进行现场操作;
2. 借阅实习单位提供的资料, 必须按有关规定妥善保管, 完整归还, 注意保密;
3. 遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律;
4. 按时填写实习日志, 认真撰写实习总结和实习报告。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

无

### 四、考核方式及成绩评定

(1) 实习单位对每个实习生进行实习鉴定，撰写评语，并按百分制给实习生打分。

(2) 校内指导教师根据学生实习日志填写情况、实习总结和实习报告的质量进行打分。

(3) 实习综合评定成绩由实习单位成绩评定 30%，实习日记成绩 20%，实习报告成绩 20%，综合表现成绩 30% 构成。

### 五、其它必要说明

无

### 六、实践内容与具体要求

(一) 全面了解企业经营管理状况，具体要求包括：

了解企业总体情况，包括企业历史、现状，企业营销状况，企业产品组合、产品线和产品项目情况。企业内部管理状况一般包括企业规章制度的建立健全、生产过程组织、营销部门组织结构以及管理基础工作等。

(二) 了解掌握实习单位主要经营业务，具体要求包括：

1. 参与企业销售管理部门负责的市场调查与预测工作，熟悉调查与预测的程序、内容与方法；企业如何运用市场调查与预测做好经营决策与经营计划工作等。

2. 弄清企业销售计划的编制、执行和完成情况，了解计划执行过程中的保证措施和控制的方法。

3. 了解企业的各种经营策略和管理方法。

4. 了解产品销售渠道模式及其企业物流工作情况。了解企业是如何加强渠道终端管理的、企业如何与客户保持持续购销关系的。

5. 了解产品的市场开拓方法。对产品的市场容量、市场占有率进行分析，对提高产品销售量的促销对策进行研究。

6. 了解企业产品价格的确定方法及其优缺点，了解企业采取的主要价格策略及定价技巧。

7. 了解广告在企业营销中的作用与效果以及广告费支出比例的方法分析。

8. 了解人员推销在企业中的地位与作用，企业如何对推销人员进行管理的？推销

人员的绩效评估方法如何？了解企业在推销人员的招聘、选拔、使用、激励和业绩考核方面的管理程序及其执行情况。

9. 了解企业开展公共关系的情况，企业在面对对自己有利的机会和不利的威胁方面开展公关活动的力度和强度分析。

10. 了解企业建立现代企业制度及上市公司的运作情况。

11. 根据企业实际情况安排其他的实习内容。

(三) 了解和分析实习单位的某一领域相关问题，具体要求包括：

1. 找出实习单位某一领域中存在的不足，提出自己的合理化建议和改进措施，并加以总结。

2. 与同国内外同行业相比，本企业生产技术及管理水平所处的地位。

3. 学习和借鉴国外先进的管理经验的情况。

序号	实践内容	实践具体要求	时间(天)	备注
1	了解掌握实习单位概况	见六(一)		
2	了解掌握实习单位主要经营业务	见六(二)		
3	了解和分析实习单位的某一领域相关问题	见六(三)		

制订人：李雪冬

审核人：田雪莹

审定人：余晓红

# 《认识实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Cognition Practice

课程代码: BU382301

课程类别: 综合实践

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 旅游管理

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

认识实习是旅游管理专业学生一年暑期进行的认识实习,通过该实习力求达到一下目的:

1、在学习饭店管理概论、旅游学概论、管理学等专业课程的基础上,使学生对旅游饭店、旅行社、旅游景点景区等旅游企业有一个感性的初步认识;

2、了解并熟悉旅游星级饭店的建筑、布局、功能分区、服务程序和饭店各部门的职责和任务;熟悉旅游星级饭店运行的基本情况和组织结构,了解一个或几个部门的运作流程;

3、了解并熟悉旅行社的选址、功能分区、服务程序和各部门的职责和任务;熟悉旅行社运行的基本情况和组织结构,了解一个或几个部门的运作流程;

4、了解并熟悉苏州某一旅游景点景区建筑、布局、功能分区、服务程序和各部门的职责和任务;熟悉该景点景区运行的基本情况和组织结构,了解一个或几个部门的运作流程;

5、为后续课程的学习打下一定的实践基础,为以后踏上社会提供必要的储备。

学生通过认识实习,要求完成以下方面的实习内容并完成相应的报告:

1、第1-2天,旅游企业专家讲座。邀请旅游企业高管(经理、总监等)对企业、行业运营及发展情况进行介绍,树立学生对旅游行业中主要涵盖的企业类型及发展运营现状的感性认识。同时,根据业界的实际情况,介绍目前旅游企业发展的特点及对人才知识结构、技能储备等方面的要求,帮助学生进行初步的职业认知及职业规划。

2、第3-4天,旅游企业参观。参观1-2家饭店、旅行社、景点景区等旅游企业,

了解企业的部门安排、组织结构、作业流程、运营方式等内容，对相关企业的选址、建筑特色、装饰装修风格、品牌等树立感性认识，根据前期主题报告及实地参观，完成相应的认识实习报告。

3、第 5 天，旅游业发展前沿讲座。邀请旅游管理专业高级职称教师就旅游业发展的前沿问题及热点问题作专题讲座，帮助学生了解行业的总体情况及未来发展的前景，尽快明确专业学习方向。

其他要求：

1、按时参加认识实习的所有活动。

2、实习过程中要勤于思考，勇于提问，积极了解本专业发展的前沿问题及业界发展概况，为未来的专业学习树立方向、奠定基础。

3、根据主题讲座及企业实地见习，认真完成实习报告，报告不得少于 1500 字。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 刘淑祎. 星级酒店实习指导书. 北京邮电学院出版社.

2. 陈凌凌. 旅行社业务操作技能实训. 中国旅游出版社.

3. 谢苏. 酒店管理专业综合实训教程. 重庆大学出版社.

### 四、考核方式及成绩评定

考核方式：按要求参加认识实习的所有活动环节并记录考勤，提交实习报告；

成绩评定：成绩按优、良、中、及格、不及格划分，综合见习单位评定成绩与校内指导教师评定成绩给出。

### 五、其它必要说明

1、认识实习时间安排

暑假期间的 1 周（共 5 天），一般安排在第二学期结束后短学期第 1 周进行。

2、认识实习活动的安排

认识实习涉及的主题活动时间安排可根据实际情况在顺序上进行调整。

3、需提交的材料

（1）提交完整的认识实习报告，报告内容要涉及业界专家专题讲座及旅游企业参观调研的主要内容，鼓励抒发见解、提倡自我自考；

（2）认识实习报告不少于 1500 字。用 A4 纸手写或者打印并装订好；

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	旅游行业专家讲座	邀请旅游企业高管做企业、行业专题报告	2	
2	旅游企业参观、调研	到饭店各部门进行参观见习并完成相应调研报告	2	
3	旅游业发展前沿讲座	邀请旅游管理专业名师就旅游业发展的前沿问题作专题讲座	1	

制订人：谢佳

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《远程综合训练》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Practice for Tour Guide

课程代码: BU382302

课程类别: 综合必修

课程周数: 2

学 分: 2

适用专业: 旅游管理

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

通过远程导游实习,使学生了解旅行社业务和景区导游业务各部门的运行情况以及工作规律,熟悉江苏省与山东省重要旅游城市的旅游基础知识,掌握全陪、地陪、领队和景区导游等岗位工作流程及操作方法,要求学生通过本实习,提高自己的沟通能力、应变能力以及自控能力,达到一名合格导游的相应要求。

教学目的:

1、使学生 2 年的理论学习、技能训练、素质培养等得到全面而综合的检验,促成学生进一步深化对导游业务等理论与方法的理解和掌握,并学会从实践中验证知识和创新知识。

2、学生在实习指导教师指导下,了解、熟悉导游业务和景区讲解的相关实务。对旅游社、旅游景区的实际工作有一个较深入的认识,激发学生努力进取、开拓创新的积极精神,培养学生严谨的工作作风,以便适应旅游社、景区服务与管理工作的要求,增强学生毕业后适应旅游企业的工作技能。

3、掌握旅游企业服务与管理的基本流程、业务知识和业务技能。锻炼培养学生的实际操作能力,帮助学生更好地把理论与导游业务、景区讲解工作实际相接轨,缩小理论与实际工作之间存在的差距。

基本要求: 实习内容学生根据今后工作岗位的需要,有针对性地选择旅游管理专业实习内容,实习要点如下:

1、导游业务:

(1) 了解我国旅游行业的现状和发展方向、国际国内旅游改革方向等方面的实

施情况；(2)了解国家有关旅游管理的现行规定，熟悉相关的旅游法规和政策等；(3)熟悉并掌握旅游团队业务的基本程序和主要操作技能。在实习老师的指导下，学习从事计调、领队、全陪、地陪和景区讲解员的实践；

2、有关岗位的具体内容和要求如下：

(1)计调服务：认真学习旅行社计调的具体服务内容，掌握旅游产品设计、定价和预订服务，掌握导游与计调的工作对接；

(2)全陪服务：掌握全陪导游的职责，掌握全陪工作中联络、协调、安全，掌握处理突发事件的业务流程；

(3)地陪服务：掌握全陪导游的职责，掌握包括安排旅游活动、本地接送和旅游六要素服务和讲解服务，掌握如何处理旅游者游程安全服务。

(4)景区讲解服务：掌握地方景区景点导游词，熟悉景区景点的自然、文化背景，熟悉景区景点所在地的历史、传说和风土人情。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 叶娅丽, 陈学春编. 导游业务规程与技巧. 北京大学出版社.
2. 朱智. 旅行社运营管理实务. 国防工业出版社.
3. 江苏省旅游局. 江苏导游基础知识. 江苏人民出版社.
4. 梁文生. 山东导游基础知识. 山东科学技术出版社.

### 四、考核方式及成绩评定

考核方式：提交实习报告和小组评分

成绩分优、良、中、及格和不及格五个等级

首先，学生必须完成实习的全部任务，并提交实习报告和实习分组评分表，方可参加考核。

其次，考核工作应在实习回校后立即进行。考核采用小型答辩，口试或其它形式。

第三，根据学生实习任务的完成情况、实习报告质量及小组评分，由指导教师综合评分。

第四，成绩评定等级：优、良、中、及格、不及格。学生未经允许不参加实习或中途退出实习者，实习成绩记不及格。

### 五、其它必要说明

1. 实习时间：实习一般安排在第4学期，实习的重点是完成专业岗位实习；同时也为就业和参加专业技能考试做一些准备工作。本次实习为2个学分。

2. 实习地点：江苏和山东主要旅游城市如：苏州市、连云港市和青岛市等。

3. 实习报告的要求

实习结束，每个学生要提交实习手册，总结在实习期间的工作学习情况，汇报自己实习工作的主要内容、收获。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	实习动员	掌握实习内容、流程和安全要求	1	
2	岗位分派与模拟	分组定岗，熟悉导游词，模拟导游	2	
3	远程导游	途中讲解、现场讲解、接客、送客及酒店入住、离店，用餐流程	5	
4	实习报告撰写	回顾、总结实习过程	2	

制订人：李向韬

审核人：黎宏宝

审定人：余晓红

# 《专业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Specialized Practice

课程代码: BU382303

课程类别: 综合必修

课程周数: 3

学 分: 3

适用专业: 旅游管理

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

教学目的:

1、使学生 4 年的理论学习、技能训练、素质培养等得到全面而综合的检验, 促成学生进一步深化对旅游社、酒店管理、景区管理等理论与方法的理解和掌握, 并学会从实践中验证知识和创新知识。

2、学生在实习指导教师指导下, 了解、熟悉旅游企业经营管理的相关实务。对旅游社、酒店管理、旅游景区的实际工作有一个较深入的认识, 激发学生努力进取、开拓创新的积极精神, 培养学生严谨的工作作风, 以便适应旅游社、酒店管理、景区服务与管理工作的要求, 增强学生毕业后适应旅游企业的工作技能。

3、掌握旅游企业服务与管理的基本流程、业务知识和业务技能。锻炼培养学生的实际操作能力, 帮助学生更好地把理论与旅游社、酒店管理工作实际相接轨, 缩小理论与实际工作之间存在的差距。

基本要求: 学生必须在旅游相关行业内, 有针对性地选择旅游管理专业实习内容, 具体要求如下:

1、旅游公司和旅行社业务: (1) 了解我国旅游行业的现状和发展方向、国际国内旅游改革方向等方面的实施情况; (2) 了解国家有关旅游管理的现行规定, 熟悉重要的涉外旅游法规和政策等; (3) 熟悉并掌握旅游业务的基本程序和主要操作技能。在实习单位工作人员的指导下, 学习从事旅游实务中业务函电的草拟、组团报价及核算、成行条件的磋商、地接和带团导游的实践及相关文件的制作与审核; (4) 学习运用英语处理旅游往来函电、签订合同和制作报价单证; (5) 了解旅游电子商务应用情

况，并亲自实践积极推进；(6) 了解旅游公司的机构设置和有关管理制度。(7) 了解会展业发展的趋势和特点，掌握会展的销售、策划、组织和服务管理；

2、酒店服务与管理业务：(1) 了解所在实习酒店的组织机构设置情况、相关规章制度和该单位企业文化。(2) 熟悉相关岗位职责。(3) 通过实际工作、学习和熟悉各部门业务操作流程。(4) 熟悉作为窗口性服务行业的前台管理技巧及市场开发策略。(5) 熟悉后台管理基本功能。

有关岗位的具体内容和要求如下：

(1) 总台服务：认真学习酒店总台服务的具体服务内容，掌握酒店总台服务程序、定价和订房服务系统；

(2) 前厅服务：认真学习酒店前厅服务的具体内容，掌握酒店服务接待的特色和礼仪，尤其是VIP客人的接待规格、内容和要求；

(3) 客房服务：认真做好客房服务，掌握客房服务和清理工作程序和技巧，掌握酒店各部门之间的联系，了解酒店客房的布局 and 特色，了解酒店客人的来源、特点和需求，建立客房成本和安全理念；

(4) 餐厅服务：掌握酒店中餐、西餐零点和宴会的服务技巧和程序，掌握酒店菜肴、定价和服务特色、了解客人特点和需求，分析酒店餐饮经营的成本和利润情况，了解酒店内部管理职能、岗位职责；

(5) 酒店销售部：掌握酒店各产品的特色优势、定价和成本，了解酒店销售档案资料和客人需求心理特点、掌握销售技巧和方法；

(6) 人力资源等其他部门的工作。

3、旅游景区业务：(1) 了解国家关于旅游景区、景点的经营运行方面的相关法律法规；(2) 熟悉各种旅游产品的特点及其开发的方向；(3) 掌握旅游景区、景点与周边社区和有关部门沟通的技巧，善于开展旅游景区、景点内的节庆等公关活动；(4) 了解实习旅游景区、景点产品开发的市場定位法。

4、旅游政务：(1) 了解国家管理旅游产业方面的有关法律法规，了解所在实习地点的公司组织机构设置情况和有关规章制度；(2) 熟悉旅游管理部门的管理体制和管理办法等有关规定；(3) 在实际工作中学习和熟悉行政管理运行规则，了解旅游电子政务推行情况；(4) 学习旅游经济宏观走势分析与预测方法。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 叶骁军. 导游技能实务. 南开大学出版社.
2. 邢夫敏. 旅游饭店管理概论. 南开大学出版社.

3. 姚延波. 旅行社经营管理. 北京师大大学出版社.
4. 李志飞. 旅游景区管理—案例、理论与方法. 武汉大学出版社.
5. 姚建中. 现代酒店管理：理论、实务与案例. 旅游教育出版社.
6. (美) 奥法伦, (美) 拉瑟福德. 酒店管理与经营(第五版). 东北财经大学出版社有限责任公司.

#### 四、考核方式及成绩评定

首先, 学生必须完成实习的全部任务, 并提交实习报告和实习鉴定表, 方可参加考核。

其次, 考核工作应在实习回校后立即进行。考核可采用小型答辩, 口试或其它形式。

第三, 根据学生实习任务的完成情况、实习报告质量及实习单位的鉴定, 和以上考核结果, 由指导教师综合评分。

第四, 实习成绩根据实习单位评语、实习日记、实习报告和综合表现等进行评定。成绩评定等级: 优、良、中、及格、不及格。学生中途未经允许更换单位或擅自不参加实习或无故缺席天数累计达实习总天数 1/4 及以上者, 实习成绩记不及格。

#### 五、其它必要说明

1. 实习时间: 专业实习一般安排在第 8 学期, 实习的重点是完成专业岗位实习, 为接下来的毕业实习做准备; 本次专业实习为 3 个学分。岗位实习形式和开始时间必须按照上述实习要求在旅游管理专业范围内进行, 但必须保证在专人负责下完成 3 周的在岗实习。若与实习单位商定的, 按商定时间进行。中途不得更换单位。

2. 实习地点: 苏州市主要酒店和旅行社、旅游景区。

3. 实习手册的要求

根据实习手册的要求, 学生在实习期间要求每天记实习日记, 实习日记要求记录每天工作的心得、收获、所见、所闻、所思, 不得记录工作以外的任何事情, 不要记成流水帐。实习结束, 每个学生要提交实习手册, 总结在实习期间的工作学习情况, 汇报自己实习工作的主要内容、收获。在旅游社实习的同学每周需带团一次, 填写带团记录表并盖章。

4. 学生必须保存好实习期间的往返车船票, 并写好班级、学号、姓名, 返校后统一交班长, 以便作为实习日程证明的凭据等

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	专业实习	旅游相关企业专业岗位实习		3周

制订人：黎宏宝

审核人：邢夫敏

审定人：余晓红

# 《毕业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Graduation Practice

课程代码: BU382304

课程类别: 综合必修

课程周数: 7

学 分: 7

适用专业: 旅游管理

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

教学目的:

1、使学生 4 年的理论学习、技能训练、素质培养等得到全面而综合的检验, 促成学生进一步深化对旅游社、酒店管理、景区管理等理论与方法的理解和掌握, 并学会从实践中验证知识和创新知识。

2、学生在实习指导教师指导下, 了解、熟悉旅游企业经营管理的相关实务。对旅游社、酒店管理、旅游景区的实际工作有一个较深入的认识, 激发学生努力进取、开拓创新的积极精神, 培养学生严谨的工作作风, 以便适应旅游社、酒店管理、景区服务与管理工作的要求, 增强学生毕业后适应旅游企业的工作技能。

3、掌握旅游企业服务与管理的基本流程、业务知识和业务技能。锻炼培养学生的实际操作能力, 帮助学生更好地把理论与旅游社、酒店管理工作实际相接轨, 缩小理论与实际工作之间存在的差距。

基本要求: 毕业实习内容学生根据今后工作岗位的需要, 有针对性地选择旅游管理专业实习内容, 实习要点如下:

1、旅游公司和旅行社业务: (1) 了解我国旅游行业的现状和发展方向、国际国内旅游改革方向等方面的实施情况; (2) 了解国家有关旅游管理的现行规定, 熟悉重要的涉外旅游法规和政策等; (3) 熟悉并掌握旅游业务的基本程序和主要操作技能。在实习单位工作人员的指导下, 学习从事旅游实务中业务函电的草拟、组团报价及核算、成行条件的磋商、地接和带团导游的实践及相关文件的制作与审核; (4) 学习运用英语处理旅游往来函电、签订合同和制作报价单证; (5) 了解旅游电子商务应用情

况，并亲自实践积极推进；（6）了解旅游公司的机构设置和有关管理制度。（7）了解会展业发展的趋势和特点，掌握会展的销售、策划、组织和服务管理；

2、酒店服务与管理业务：（1）了解所在实习酒店的组织机构设置情况、相关规章制度和该单位企业文化。（2）熟悉实习岗位和相关岗位职责。（3）通过实际工作、学习和熟悉各部门业务操作流程。（4）熟悉作为窗口性服务行业的前台管理技巧及市场开发策略。（5）熟悉后台操作和管理基本功能。

有关岗位的具体内容和要求如下：

（1）总台服务：认真学习酒店总台服务的具体服务内容，掌握酒店总台服务程序、定价和订房服务系统；

（2）前厅服务：认真学习酒店前厅服务的具体内容，掌握酒店服务接待的特色和礼仪，尤其是VIP客人的接待规格、内容和要求；

（3）客房服务：认真做好客房服务，掌握客房服务和清理工作程序和技巧，掌握酒店各部门之间的联系，了解酒店客房的布局 and 特色，了解酒店客人的来源、特点和需求，建立客房成本和安全理念；

（4）餐厅服务：掌握饭店中餐、西餐零点和宴会的服务技巧和程序，掌握酒店餐厅菜肴、定价和服务特色、了解客人特点和需求，分析酒店餐饮经营的成本和利润情况，了解酒店内部管理职能、岗位职责；

（5）酒店销售部：掌握酒店各产品的特色优势、定价和成本，了解酒店销售档案资料和客人需求心理特点、掌握销售技巧和方法；

（6）人力资源等其他部门的工作。

3、旅游景区业务：（1）了解国家关于旅游景区、景点的经营运行方面的相关法律法规；（2）熟悉各种旅游产品的特点及其开发的方向；（3）掌握旅游景区、景点与周边社区和有关部门沟通的技巧，善于开展旅游景区、景点内的节庆等公关活动；（4）了解实习旅游景区、景点产品开发的市場定位法。

4、旅游政务：（1）了解国家管理旅游产业方面的有关法律法规，了解所在实习地点的公司组织机构设置情况和有关规章制度；（2）熟悉旅游管理部门的管理体制和管理办法等有关规定；（3）在实际工作中学习和熟悉行政管理运行规则，了解旅游电子政务推行情况；（4）学习旅游经济宏观走势分析与预测方法。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 叶骁军. 导游技能实务. 南开大学出版社.
2. 邢夫敏. 旅游饭店管理概论. 南开大学出版社.

3. 姚延波. 旅行社经营管理. 北京师大大学出版社.
4. 李志飞. 旅游景区管理—案例、理论与方法. 武汉大学出版社.
5. 姚建中. 现代酒店管理：理论、实务与案例. 旅游教育出版社.

#### 四、考核方式及成绩评定

首先，学生必须完成实习的全部任务，并提交实习报告和实习鉴定表，方可参加考核。

其次，考核工作应在实习回校后立即进行。考核可采用小型答辩，口试或其它形式。

第三，根据学生实习任务的完成情况、实习报告质量及实习单位的鉴定，和以上考核结果，由指导教师综合评分。

第四，实习综合评定成绩由实习单位成绩评定 30%，实习日记成绩 20%，实习报告成绩 20%，综合表现成绩 30% 构成。成绩评定等级：优、良、中、及格、不及格。学生中途未经允许更换单位或擅自不参加实习或无故缺席天数累计达实习总天数 1/4 及以上者，实习成绩记不及格。

#### 五、其它必要说明

1. 实习时间：毕业实习一般安排在第 8 学期，实习的重点是完成专业岗位实习；同时也为就业做一些准备工作。本次毕业实习为 7 个学分。岗位实习形式和开始时间可根据实习单位情况和校外专家建议因人而异，但必须保证在专人负责下完成 7 周的在岗实习。若与实习单位商定的，按商定时间进行。中途不得更换单位。

2. 实习地点：苏州市主要酒店和旅行社、旅游景区。个别同学根据就业协议情况可以在市外，但必须提前向系部申请，并经得家长同意。

##### 3. 实习手册的要求

根据实习手册的要求，学生在实习期间要求每天记实习日记，实习日记要求记录每天工作的心得、收获、所见、所闻、所思，不得记录工作以外的任何事情，不要记成流水帐。实习结束，每个学生要提交实习手册，总结在实习期间的工作学习情况，汇报自己实习工作的主要内容、收获。在旅游社实习的同学每周需带团一次，填写带团记录表并盖章。

4. 学生必须保存好实习期间的往返车船票，并写好班级、学号、姓名，返校后统一交班长，以便作为实习日程证明的凭据等

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	毕业实习	旅游企业专业岗位实习	35	7周

制订人：黎宏宝

审核人：邢夫敏

审定人：余晓红

# 《学年论文》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Term Thesis

课程代码: BU382306

课程类别: 综合必修

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 旅游管理

指导方式: 定期指导

## 二、教学目的与基本要求

- 1、学生应按照学年论文工作的安排和要求,在指导教师的具体指导下,认真、按时完成学年论文的写作任务。
- 2、注重论文写作的过程和写作规范的训练,基本掌握科研论文的写作方法和技能。
- 3、以科学研究的态度开展学年论文写作工作,培养从严治学的学风和文风。
- 4、在论文写作过程中,努力发挥和培养创造能力,严禁抄袭和找人代做现象。
- 5、论文写作符合写作技术规范,论文格式、打印和提交的文本等符合学校规定的统一要求。主要应含有封面、中、英文摘要、中、英文关键词、目录、正文、参考文献。具体参见学校网上关于毕业论文格式的统一要求。
- 6、学年论文应达 8 000 字以上。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

自编学年论文指导书

## 四、考核方式及成绩评定

- 1、指导教师需对所指导每位学生的论文进行批阅,并填写学年论文指导教师评阅表,判定论文成绩等第(含对学生完成学年论文工作的态度考核)。特殊情况,由学生学年论文指导工作小组评定。
- 2、学生学年论文的成绩分优、良、中、及格和不及格 5 个等第。原则上,“优”的比例不超过学生总数的 15%;“优”和“良”的比例不超过学生总数的 60%;“中”

及以下者的比例不低于 40%。凡抄袭者，一律以“不及格”论处。

3、学生学年论文成绩按有关规定，记入学生学习档案。

## 五、其它必要说明

1、学年论文安排在第 6 学期的短学期，方式为定期指导；

2、学生一人一题，配备一名学年论文指导老师。短学期期间，系部将组织学年论文写作动员会。建议选题和收集资料工作在校内 1 周内完成，论文具体写作工作假期里完成。指导老师应通过邮件、电话、微信、QQ 等方式进行定期指导，确保学生按时、按质完成毕业论文写作任务；

3、学生学年论文的提交时间：在四年级开学时第一周的周三之前统一上交；

4、学生学年论文正文及封面按统一格式打印，由指导老师统一装订。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	学年论文	按规定要求完成学年论文 1 篇	40（定期指导）	1 周

制订人：黎宏宝

审核人：邢夫敏

审定人：余晓红

# 《认识实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Recognizing internship

课程代码: BU382401

课程类别: 综合实践

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

《认识实习》实践课程是物流管理专业本科教学计划中的一个重要的实践性教学环节。通过认识实习,学生对所学物流管理专业的性质和特点有初步了解,对管理实践有一个初步的感性认识。有利于对学生进行物流技能强化训练、物流实践操作能力训练、综合应用物流专业知识与物流技能的训练,提高学生的物流应用能力和专业水平,增强学生在学习期间的责任感和使命感。了解即将学习的专业知识和实际应用之间的关系,培养学生实践中学习的方法和能力,是课堂教学的必要补充。

### (一) 实习内容

实习内容主要围绕今后所学专业知,大致归纳为以下几个方面:

1、物流管理专业在设计生产认知实习的内容时,应该有针对性地设计与物流管理专业有关的社会实践活动。设计的内容应包括:观察了解和基本认识社会经济活动的情况和过程;观察了解企业的生产经营过程的各个环节;认识企业在生产经营过程中所采用的生产经营工具和手段;观察企业在生产经营过程中的经营管理行为;体验企业生产经营管理的方法、规则、理念和企业文化;观察了解物流企业的生产经营过程等。

2、过“请进来、走出去”等多种多样的方式,充分了解本地物流类型及其运营管理特征;

3、办讲座、看光盘等方式,使学生对国内外先进的物流模式有一定的了解;

4、实地参观物流业单位,对其生产与运营管理具备一定的感性认识;

5、物流的企事业单位的用人状况及对在校大学生的期望;

6、物流企业管理、工程管理的一些成功案例及其成功路径；

## （二）实习要求

1、认真实习、踏实工作、服从安排、遵纪守法，圆满完成知道教师布置的各项任务；

2、主动服从安排，遵守规章制度，利用各种参观、讲座、讨论的机会，积极发言，热情参与，挖掘自身的求知欲和创新力；

3、认真作好实习日记，重点记录通过参观、讲座、讨论的内容及自身体会；

4、实习期间不得无故缺勤、迟到和早退，请假必须经实习单位的知道老师批准，病假要有医生证明；不得借故擅自离开集体，否则，实习成绩为不及格；

5、实习结束，完成实习报告，统一交指导老师；

## （三）指导老师工作职责

认识实习是教学计划中一个重要的教学环节，对专业课程的开设起着重要的作用。为此，系各级管理人员、指导老师都应给予足够的重视，并作好各项准备工作，包括提前联系参观单位、出行车辆及线路、讲座授课人员与地点等。在学生实习期间应对学生从严要求，并在实习过程中及时为他们解疑释惑。

具体来说，指导老师主要工作职责如下所示：

1、负责学生在实习期间的思想政治工作和日常考勤、考核工作；

2、实习开始时，应根据实习单位及实习大纲要求，指导学生拟定全面的实习计划，并在实习期间经常检验学生的实习日记和笔记；

3、负责安排参观、讲座、演讨、地点、车辆、路线等，按照实习大纲要求并结合实际情况，灵活安排各项实习活动，力争使学生对管理实践有一个比较全面的感性认识；

经常对学生进行纪律教育，既要按时参加各项实习活动，体现出当代大学生良好的精神风貌，也要脚踏实地了解管理实践；

4、实习结束时，实习指导老师根据学生在实习期间的综合表现，包括学习态度、组织纪律、完成任务和学习情况等，再结合实习日记、笔记和小结等，对学生的实习做出评语并提出实习成绩建议。

5、如发现学生在实习期间有异常现象（如重大质量安全事故，或实习极不认真、不服从实习指导老师的安排或严重违反组织纪律、擅离集体外出）请及时通知指导老师以便及时处理。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

韦琦. 物流企业运作管理仿真综合实习教程. 经济科学出版社.

### 四、考核方式及成绩评定

认识学习按一门独立课程考核记分，按优、良、中、及格和不及格五级制记分。

实习成绩评定如下：

优：认真参加实习，无迟到、早退和缺勤，实习日记及实习报告质量好，能对实习内容总结归纳，剪系统性强，分析问题较深入，或者提出自己的见解，全面地完成了实习大纲的要求，成绩评为优。

良：实习日记及实习报告质量较好，达到实习大纲的要求，实习期间组织纪律较好，无迟到、早退和缺勤，成绩评为良。

中：基本完成实习大纲的要求，完成实习日记和实习报告的基本内容，无缺勤，成绩评为中。

及格：能够完成实习大纲的要求，完成实习日记和实习报告，但质量一般，成绩评为及格。

不及格：未能完成实习大纲的要求，实习期间表现不好，有严重违反组织纪律行为者，成绩评为不及格。

### 五、其它必要说明

第二学期校内外进行。

#### （一）实习方式

实习采用在指导老师的带领下集体参观、听讲座、看光盘、演讨，以及学生自主完成调研、资料检索相结合的方式。

#### （二）实习日记

学生在认知实习过程中，要严格遵守实习单位的规章制度，服从实习单位的安排，以新一代大学生的责任感，模范遵守社会公德，认真体会职业道德。学生可以参与企业的物流营销：物流营销环境（制定营销计划、确定营销战略目标）；物流广告（广告定位、广告渠道、网络广告收费模式、广告执行）；确定本单位某产品或某项业务的营销策略；完成物流交易流程。物流配送：订单处理；订货模式；配送方式的选择；如何降低配送成本。物流售后服务：收集反馈信息，熟悉反馈信息的处理方法，了解物流信息处理结果的含义；了解、熟悉售后服务流程；与其他生产、销售、营销部门进行有效的沟通协调。物流金融与银行：了解物流网络金融的业务种类、基本情况；

了解物流网络银行业务的基本情况。网站的应用、管理与维护：了解物流网站的应用、管理与维护的基本工作。物流自动化及信息管理：可以利用所学的 WORD、EXCEL 等知识，进行办公室的物流文件打印，物流报表制作、物流文档管理等工作。

### （三）实习报告

实习结束后，学生应对实习过程写出总结，形成认知实习报告。实习报告内容可以是对于实习内容某一方面的社会调查，也可以是对于职业与岗位的体会认识。实习报告于实习结束后交实习小组，教师评定后作为必修成绩记入学生档案。

实习结束时学生应按实习大纲的要求。根据实习日记中积累的资料，进行全面的分析和总结，及时写出实习报告。实习报告是反映学生对内容理解的深度，也是反映学生分析和归纳问题的能力，它是考核学生实习成绩的一个重要依据。报告应做到：

1、反映实习概况。包括时间、地点、参观学习的单位的基本情况。

2、反映实习主要内容。

3、反映实习中的心得体会。报告中应写明本人在实习过程中的主要体会与收获，写出认识与想法，对本次实习提出意见，对今后实习提出建议。

4、实习报告应字迹端正，语句通顺，总字数不宜少于 3000 字。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	讲座	通过讲座，认识企业流程	2	
2	企业实习	通过参观活动，认识企业流程	2	
3	实习报告撰写	总结	1	

制订人：杨传明

审核人：徐国泉

审定人：余晓红

# 《物流管理综合模拟》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Comprehensive Simulation of Logistics Management

课程代码: BU382402

课程类别: 综合必修

课程周数: 2

学 分: 2

适用专业: 物流管理

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

物流管理是一门实践性很强的课程,在课堂教学中不能完全的表现现代物流的运作流程,为加深学生们对物流管理的理解,很有必要实施物流管理的综合模拟。此次模拟采用物流管理模拟软件,模拟整个物流管理的仓储、配送等各个环节。通过物流管理综合模拟,弥补课堂教学的不足,将理论与实践相结合,能够切实提高学生的学习兴趣、提升教师的教学效果,保证整体的教学质量。

通过本次实践环节,要求学生了解物流管理的仓储、配送等物流流程的各个环节,熟悉物流管理整个流程及各种物流经营决策的制定、运作,掌握商品出入库、盘点、拣货、配送过程中相关单据的填写及流转。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

自编指导书。

## 四、考核方式及成绩评定

实践成绩在实习结束后评定;考核依据包括:实践过程、实践报告、考勤三个方面;成绩等第分五级:优、良、中、及格、不及格。

## 五、其它必要说明

本实践实践为二年级短学期,实践地点为校内,按指导手册要求格式撰写实践报告。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	商品采购入库模拟	掌握入库流程及相关单据的流转	2	
2	商品盘点移库模拟	理解盘点移库的必要性及一般做法	1	
3	商品拣货配送模拟	掌握配送出口流程及相关单据的流转	2	
4	ERP 沙盘模拟	ERP 电子沙盘模拟分组实战训练	5	

制订人：徐国泉

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《物流管理实务》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Logistics management practice

课程代码: BU382403

课程类别: 综合实践

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 物流管理

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

《物流管理实务》是物流管理专业的一门专业课，本课程主要结合一年一度的全国大学生物流设计大赛，针对大赛提供的相关案例，严格按照方案的评审要求，利用现代物流及相关领域的理论和技术，从不同方面，分组进行设计，提出决策与优化解决方案。本课程的教学目的是实现物流教学与实践高度结合，以期达到提高学生的实际动手能力、策划能力、组织协调能力的目的。

### （一）实务内容

要求学生 4-5 人组成开发小组，根据教师给出的若干背景资料，一年一度的全国大学生物流设计大赛提供的相关案例，自主确定实务的领域和方向，完成实务内容。实务方案可以是文字材料、数学模型、软件或工程设计等。课程结束时，每组学生要交一份实务报告(含电子稿)。

实务内容可以包括但不限于以下的一个或几个项目：

1. 企业物流战略优化实务
2. 物流网络优化实务
3. 物流系统重组实务
4. 物流绩效评估体系实务
5. 物流设施设备优化实务
6. 物流信息系统实务
7. 物流管理理念创新

根据小组的实务模块，每人完成一个模块的实务，并撰写相应的实务报告。并且

小组同学将所有文档资料汇总成一份实务报告，连同电子稿一并提交。

## （二）实务要求

1、认真实务、踏实工作、服从安排、遵纪守法，圆满完成指导教师布置的各项任务；

2、主动服从安排，遵守规章制度，利用各种参观、讲座、讨论的机会，积极发言，热情参与，挖掘自身的求知欲和创新力；

3、实务期间不得无故缺勤、迟到和早退，请假必须经指导老师批准，病假要有医生证明；不得借故擅自离开集体，否则，实务成绩为不及格；

4、实务结束，完成实务报告，统一交指导老师；

## （三）指导老师工作职责

物流管理实务是教学计划中一个重要的教学环节，对专业课程的开设起着重要的作用。为此，系各级管理人员、指导老师都应给予足够的重视，并作好各项准备工作，包括提前联系安排上机时间与地点等。在学生实务期间应对学生从严要求，并在实务过程中及时为他们解疑释惑。

具体来说，指导老师主要工作职责如下所示：

1、负责学生在实务期间的思想政治工作和日常考勤、考核工作；

2、实务开始时，应根据实务大纲要求，指导学生拟定全面的实务计划，并在实务期间经常检验学生的实务进程；

3、实务结束时，实务指导老师根据学生在实务期间的综合表现，包括学习态度、组织纪律、完成任务和学习情况等，再结合实务报告等，对学生的实务做出评语并提出实务成绩建议。

4、如发现学生在实务期间有异常现象(如实务极不认真、不服从实务指导老师的安排或严重违反组织纪律、擅离集体外出)请及时通知指导老师以便及时处理。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

《全国大学生物流设计大赛规程》 教育部高等学校物流类专业教学指导委员会

## 四、考核方式及成绩评定

认识学习按一门独立课程考核记分，按优、良、中、及格和不及格五级制记分。

实务成绩评定如下：

优：认真参加实务，无迟到、早退和缺勤，实务报告质量好，能对实务内容总结归纳，系统性强，分析问题较深入，或者提出自己的见解，全面地完成了实务大纲的

要求，成绩评为优。

良：实务报告质量较好，达到实务大纲的要求，实务期间组织纪律较好，无迟到、早退和缺勤，成绩评为良。

中：基本完成实务大纲的要求，完成实务报告的基本内容，无缺勤，成绩评为中。

及格：能够完成实务大纲的要求，完成实务报告，但质量一般，成绩评为及格。

不及格：未能完成实务大纲的要求，实务期间表现不好，有严重违反组织纪律行为者，成绩评为不及格。

## 五、其它必要说明

第六学期校内进行。

1. 培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力；
2. 培养学生组织协调能力；
3. 实践和创新能力。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	集中	确定设计领域或方向	1	
2	分小组讨论	搜集整理相关资料	2	
3	实务报告撰写	完成写作，总结	1	

制订人：范克危

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《生产实习》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名：Production Practice

课程代码：BU382404

课程类别：综合实践

课程周数：4

学 分：4

适用专业：物流管理、物流管理（国际）

指导方式：分散指导

## 二、教学目的与基本要求

生产实习（Production Practice）是物流管理专业本科教学中的重要实践环节，是促进学生运用物流专业知识解决实践问题的有效途径。通过生产实习，学生能初步了解物流行业的发展现状及趋势，增强对物流配送中心运作过程和管理模式、货运代理业务流程和物流管理信息系统实施方式等物流专业知识的感性认识。同时培养学生分析、解决实际问题的能力，为今后能迅速地适应社会和工作环境奠定基础。

生产实习实践课程的基本要求：

1. 理论与生产实践相结合，通过实习巩固和扩大所学的理论知识；
2. 全面了解企业的概貌和业务内容，将所学经济管理知识与企业的管理实践相结合；
3. 熟悉企业物流系统的运作过程与管理模式；
4. 增强对企业及产业中物流的感性认识；
5. 了解信息技术在物流管理工作中的地位及其重要性。

### （一）基本内容

实习内容以所学物流管理专业知识为主，大致可以归纳为以下几个方面：

1. 了解物流企业单位概貌、组织机构设置；
2. 熟悉业务内容，了解物流流程业务流程；
3. 收集、阅读单证、报表及有关资料；
4. 从物流管理的各个环节出发分析企业的物流组织，信息化水平，物流活动的集成与协同等；

5. 根据分析成果撰写企业物流管理与物流系统的分析报告；
6. 通过参观、讲座和调研，了解企业物流及供应链管理的状态与趋势；
7. 参加企业实际运作的部分工作。

## （二）实习要求

1. 认真学习、踏实工作、服务安排、遵纪守法，圆满完成实习单位交给的各项任务；
2. 遵守实习单位的一切规章制度，虚心向实习单位的指导老师学习；
3. 认真作好实习日记，注重调查研究，为完成实习总结收集必要的资料
4. 实习期间不得无故缺勤、迟到和早退，请假必须经实习单位的指导老师批准，病假要有医生证明；不得借故擅自离开实习单位，否则，实习成绩为不及格；
5. 实习结束，完成实习总结，由实习单位填写实习鉴定表并加盖公章。

## （三）指导教师工作职责

生产实习是教学计划中一个重要的教学环节，对实现专业培养目标起着重要的作用。实习指导老师应给予足够的重视和作好各项准备工作并接受实习的单位安排专人指导。指导教师的具体职责如下：

1. 负责学生在实习期间的思想政治工作和日常考勤、考核工作；
2. 实习开始时，应根据实习单位及实习大纲要求，指导学生拟定全面的实习计划，并在实习期间经常检查学生的实习日记和报告；
3. 负责安排学生的实习工作和业务指导，按照实习大纲要求，可以适当安排部分学生在本校区企事业单位进行实习；
4. 经常对学生进行安全教育，帮助学生解决生活上存在的问题；
5. 实习结束时，实习指导老师根据学生在实习期间的工作表现、完成任务的情况，独立工作能力以及实习日记、实习报告和专题作业质量等对学生的工作态度、组织纪律性、完成和学习情况等作出评语并提出实习成绩建议；

## 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 吴张力. 生产实习调查方法（第四版）. 上海人民出版社，2014. 02；
2. 赵勤. 社会调查方法（第二版）. 电子工业出版社，2012. 08

## 四、考核方式及成绩评定

1. 实习认真、遵守纪律。能按时报到和结束；能主动地独立开展工作且完成任务较好，实习日记及实习报告质量高，全面完成生产实习大纲的要求，专题总结质量

高，有独特见解或合理化建议成绩评为优。

2. 实习期间纪律良好，较好的完成生产实习大纲的要求，能独立开展工作，实习日记和实习报告质量较好，专题调查研究总结质量较高，成绩评定为良。

3. 实习期间纪律较好，能完成生产实习大纲的全部要求，实习日记和实习报告能满足要求，质量尚好，成绩评定为中。

4. 基本完成生产实习大纲的要求，能完成实习日记和实习报告，但质量一般，成绩评定为及格。

5. 实习日记和实习报告不合格，或实习期间表现差，有严重违反纪律者，成绩评定为不及格。

6. 对实习期间有突出优秀表现者，由老师请学校给予奖励，对表现恶劣，无故缺勤或严重违纪者按照学校规定给予批评和必要的纪律处分。

## 五、其它必要说明

1. 在实习过程中，学生必须听从实习指导人和教师的安排及指导，服从组织分配对重大问题应向实习指导人反映，学生不得擅自处理。

2. 严格遵守实习单位的一切规章制度、作息时间与实习单位相同，不得迟到、早退，不得擅自离开外出，否则从严处理。

3. 实习期间不得请假，特殊情况需提前送交假条，经实习指导人或教师同意后才可请假，凡请病假者，必须有本校或实习单位医生证明。

4. 凡经批准而累计缺席时间超过 1/3 者，不论其实习成绩如何，均不记实习成绩。凡未经批准缺席者均作旷课处理。

5. 在实习过程中，应尊重所在单位干部，技术人员和工人师傅并虚心向他们学习，搞好团结，同学之间应在思想上、学习上，生活上互相关心、互相照顾。

6. 学生应遵纪守法，如自觉遵守各种公共场所的规章制度，自觉遵守交通规则，防止发生交通事故，严禁参与一切违法乱纪活动，严禁赌博，打架斗殴和酗酒闹事等。

7. 在外地实习的学生离校前要携带必要的日常生活用品以及必要的书籍和资料以备实习中使用。

8. 实习完毕离开实习单位前，要办清一切手续，归还所借资料、物品。

9. 严格遵守学校的有关生产与管理实习的财务制度和规定。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	实习动员	讲解实习内容	1	
2	生产单位实习	单位具体实习	25	
3	分析及实习报告的撰写	按照规定的格式和要求，撰写生产实习报告	2	

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《毕业实习》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Graduation Practice

课程代码: BU382405

课程类别: 综合实践

课程周数: 3

学 分: 3

适用专业: 物流管理、物流管理(国际)

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

基本任务: 毕业实习是是物流管理专业重要的实践教学环节。通过实习,培养学生综合运用专业知识分析、解决实际问题的能力,增强学生职业道德意识和社会责任感,增强未来参加工作的适应性。主要任务包括:

1. 深入了解和熟悉物流管理岗位的一般业务手段和方法,为毕业后胜任专业工作打好基础。
2. 进一步掌握和深化已学的专业相关理论和知识。
3. 培养学生的对物流管理的感性认识,提高学生发现问题和解决问题的能力。
4. 在实践中培养学生的专业精神和勤奋务实的工作作风。
5. 从学生的实习表现中了解学生对专业理论知识的掌握程度和灵活应用的能力,便于进一步完善教学工作。

基本要求: 毕业实习是以实习单位为课堂,以实习单位中具有丰富实践经验的管理者和员工为老师,要求学生必须做到:

1. 尊重实践,尊重管理人员及其他实习相关人员,虚心听取讲解,认真做好笔记,细心进行现场操作;
2. 借阅实习单位提供的资料,必须按有关规定妥善保管,完整归还,注意保密;
3. 遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律;
4. 按时填写实习日志,认真撰写实习总结和实习报告。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 吴张力. 毕业实习调查方法（第四版）. 上海人民出版社，2014. 02；
2. 赵勤. 社会调查方法（第二版）. 电子工业出版社，2012. 08

### 四、考核方式及成绩评定

1. 实习认真、遵守纪律。能按时报到和结束；能主动地独立开展工作且完成任务较好，实习日记及实习报告质量高，全面完成毕业实习大纲的要求，专题总结质量高，有独特见解或合理化建议成绩评为优。

2. 实习期间纪律良好，较好的完成毕业实习大纲的要求，能独立开展工作，实习日记和实习报告质量较好，专题调查研究总结质量较高，成绩评定为良。

3. 实习期间纪律较好，能完成毕业实习大纲的全部要求，实习日记和实习报告能满足要求，质量尚好，成绩评定为中。

4. 基本完成毕业实习大纲的要求，能完成实习日记和实习报告，但质量一般，成绩评定为及格。

5. 实习日记和实习报告不合格，或实习期间表现差，有严重违反纪律者，成绩评定为不及格。

6. 对实习期间有突出优秀表现者，由老师请学校给予奖励，对表现恶劣，无故缺勤或严重违纪律者按照学校规定给予批评和必要的纪律处分。

7. 实习综合评定成绩由实习单位成绩评定 30%，实习日记成绩 20%，实习报告成绩 20%，综合表现成绩 30% 构成。

### 五、其它必要说明

1. 在实习过程中，学生必须听从实习指导人和教师的安排及指导，服从组织分配对重大问题应向实习指导人反映，学生不得擅自处理。

2. 严格遵守实习单位的一切规章制度、作息时间与实习单位相同，不得迟到、早退，不得擅自离开外出，否则从严处理。

3. 实习期间不得请假，特殊情况需提前送交假条，经实习指导人或教师同意后方可请假，凡请病假者，必须有本校或实习单位医生证明。

4. 凡经批准而累计缺席时间超过 1/3 者，不论其实习成绩如何，均不记实习成绩。凡未经批准缺席者均作旷课处理。

5. 在实习过程中，应尊重所在单位干部，技术人员和工人师傅并虚心向他们学习，搞好团结，同学之间应在思想上、学习上，生活上互相关心、互相照顾。

6. 学生应遵纪守法，如自觉遵守各种公共场所的规章制度，自觉遵守交通规则，防止发生交通事故，严禁参与一切违法乱纪活动，严禁赌博，打架斗殴和酗酒闹事等。

7. 在外地实习的学生离校前要携带必要的日常生活用品以及必要的书籍和资料以备实习中使用。

8. 实习完毕离开实习单位前，要办清一切手续，归还所借资料、物品。

9. 严格遵守学校的有关生产与管理实习的财务制度和规定。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	实习动员	讲解实习内容	1	
2	生产单位实习	单位具体实习	18	
3	分析及实习报告的撰写	按照规定的格式和要求，撰写毕业实习报告	2	

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《认识实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Cognition Practice

课程代码: BU382501

课程类别: 综合必修

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 金融工程

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

### (一) 教学目的

金融工程专业认识实习是使学生通过一周的时间实际参观考察一些银行和非银行金融机构,了解有关金融实务,获得一定的感性认识。认识实习是金融专业本科教学计划中的一个重要的实践性教学环节,其目的是使在校学生在接触社会和金融业务工作过程中了解和掌握银行、证券、保险、期货等金融部门有关专业知识和操作实务,了解现行金融法规、制度对金融工作者的要求,为即将开展的金融方面专业课程的教学打下基础,培养学生理论联系实际、提高学生在金融业务实践中调查研究、观察、分析、解决实际金融问题的综合能力,学会收集整理信息资料,为将来的继续学习、论文写作、创业和就业打下良好基础。通过实习,还应使学生了解目前国内金融市场的实际操作技术、手段、方法和程序,提高学生对金融事业的兴趣,培养学生热爱金融专业,回报社会的思想。

### (二) 基本要求

为了达到上述目的,采取“走出去,请进来”的方式,具体通过参观、调研、听取讲座、资料检索等形式进行认识实习。根据金融专业的学科特点及对学生的实践技能方面的要求,安排学生到商业银行网点、保险公司、证券公司等金融机构进行认识实习。认识实习主要内容应包括:了解实习单位的组织管理形式和业务范围、内容;掌握实习单位的各项金融工作程序、方法、手段;掌握实习单位的各项业务的开展情况;了解实习单位的财务状况、人力资源管理状况等。

#### 1、听取报告

在实习开始时，由学校聘请专家向学生介绍金融领域的最新动态和热点问题。并介绍以下内容：该单位的性质、业务范围、管理模式等；该单位的组织机构、人员、岗位设置、分工情况；该单位的各项业务流程等情况；该单位的金融业务管理模式。

## 2、参观

组织学生对实习单位进行参观，以了解基本情况，印证在听取报告时了解的情况，参观中应注重与实习内容相关的问题。

## 3、深入实习

学生在实习中要深入到金融部门的基层部门，如各业务部、室、小组等了解相关情况，通过观察、参与、向具体人员请教等方式，完成实习内容。

## 4、阅读实习材料

在实习中，学生应根据实习大纲要求，阅读实习单位的各种资料，包括金融部门的各项规章制度、准则等。

## 5、实习日记

在实习中，学生应将每天的工作、观察阅读的结果、感受、收集的资料、图表、听取报告的内容等记入实习日记。实习日记是学生编写实习报告的主要依据材料，也是检查学生实习情况的一个重要方面。学生必须每天认真填写，指导教师应及时检查并批改实习日记。

## 6、实习报告

在实习结束时，学生应提交书面的实习报告。实习报告的主要内容应包括：实习的时间、单位、实习单位的概况；写明实习单位的业务流程、方法、技术、手段；提出对实习单位在开展各项金融业务中存在的问题及改进的意见；总结实习收获，提出对实习工作的改进意见。实习报告的资料必须翔实，内容应简明扼要，能反映出实习单位的情况及本人实习的情况、体会和感受。实习报告要有独立的见解，重点突出、条理清晰，字数为 3000-4000 字。

### (三)实习纪律要求

1、严格遵守国家法律、法规，遵守社会公德，爱护公共财物，自觉维护社会安定秩序。

2、严格遵守实习单位的规章制度和工作纪律，服从实习单位的管理，保证实习期间的安全；遵守实习单位的保密制度，未经同意，不得擅自翻阅、摘录实习单位文件、业务档案和客户资料；尊重指导教师，虚心向业务部门的同志学习。

3、学生在整个实习过程中应有强烈的集体荣誉感，注意自己的一言一行，自觉维护学校的声誉。

4、实习期间保持与学校的联系畅通，提供信息不得弄虚作假。

5、实习期间无特殊情况，不得擅自中断实习。因故必须请假时，须严格遵守请销假制度，不履行请假手续或程序不符合要求或假满不及时归队者，均以旷课论处。

6、实习学生因违反纪律而造成不良影响或重大损失者，由学校或实习单位按相关规定给予相应处分。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

金融工程认识实习无教材及参考书，实习指导老师根据本大纲自订实习指导书。

### 四、考核方式及成绩评定

实习成绩在实习结束后评定；考核依据包括：实习日记(笔记、心得)、实习报告、实习总结、考勤四个方面；成绩等第分五级：优、良、中、及格、不及格。

优：实习成果完整，能对实习内容总结归纳，系统性强，分析问题较深入，或能提出自己的见解，全面地完成了大纲的要求。

良：实习成果完整，比较全面反映实习内容，达到大纲的要求。

中：能够完成大纲的要求，具有比较完整的实习成果。

及格：基本能够完成大纲的要求，实习成果基本反映实习过程。

不及格：未能完成大纲的要求，实习成果欠缺。

### 五、其它必要说明

1、实践时间：第二学期短学期

2、实践地点：校内和校外

3、实习报告格式和打印要求

### 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间(天)	备注
1	实习动员及听取报告	听课笔记	1	
2	参观	参观金融机构	1	
3	深入实习	每组 4-5 人，分工明确	2-3	
4	撰写实习报告、考核	撰写不少于 3000 字的报告	1-2	

制订人：程远凤

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融投资业务实训》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Financial investment business training

课程代码: BU382502

课程类别: 综合必修

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 金融工程

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

本课程将金融学相关原理介绍与金融实践操作模拟紧密结合,分证券、期货与外汇三部分展开阐述,并选取常用金融分析软件对操作流程和技巧进行介绍,延伸和拓展金融证券理论教学内容,旨在培养学生的实际操作能力。课程除验证性实验项目外,还有设计性项目,以提升学生的创新意识与实践能力。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 艾蔚,袁军.金融模拟交易实验教程.清华大学.
2. 高辉.金融投资综合实训教程.西南财经大学.
3. 张文云.证券投资实验教程.中国金融.
4. 张元萍.金融投资实验教程.首都经济贸易大学.

## 四、考核方式及成绩评定

出勤与实训表现,占总成绩的30%;

金融投资业务实训手册的填写,占总成绩的70%。

## 五、其它必要说明

实践时间: 二短;

实践地点: 校内金融工程实验室;

实践报告手册: 自编印制。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间(天)	备注
1	股票模拟交易实验 软件环境	1、行情系统操作； 2、模拟交易系统操作。	0.5	
2	证券投资预备知识	1、股票交易程序操作； 2、交易成本核算； 3、交易风险体验。	0.5	
3	上市公司投资价值 分析与股票选择	上市公司投资价值分析。	1	
4	技术与选股	1、K线分析； 2、移动平均新分析 3、指标分析。	1	
5	期货模拟交易	1、行情系统操作； 2、模拟交易系统操作。	1	
6	外汇模拟交易	1、行情系统操作； 2、模拟交易系统操作。	1	

制订人：毛东俊

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《金融衍生工具开发课程设计》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Designs of Financial Derivatives

课程代码: BU382503

课程类别: 综合必修

课程周数: 1

学 分: 1

适用专业: 金融工程

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

金融衍生工具开发课程是一门综合性应用课程, 要求学生在理论学习的基础上, 通过对金融市场的认真分析、并通过社会调查研究, 提高金融现象的洞察力及复杂金融问题的分析能力; 在此基础上, 尝试提出并设计具有一定市场需求的金融产品。

学生学完这门课程后, 正确掌握金融衍生工具的基本概念和理论, 能够理解金融产品设计、开发的原则和基本方法, 对金融衍生工具相关知识点有一个比较全面的认识, 并为进一步深入学习金融理论和提高实践动手能力打下基础。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

实践教材

彭红枫. 衍生金融工具实验教程. 武汉大学出版社, 2008;

指导书: 自编。

参考书目

1. 陈松男. 结构式金融产品设计与应用: 案例分析(一). 机械工业出版社.
2. 陈松男. 结构式金融产品设计与应用: 案例分析(二). 机械工业出版社.
3. 法博兹. 欧洲结构金融产品手册. 中国金融出版社.
4. 彭红枫, 王芳. 结构性金融产品的设计与评估 理论 方法 模式. 武汉大学出版社.

#### 四、考核方式及成绩评定

1、考查课、开卷。

2、结合所学知识，根据调查研究，设计一款金融产品，并提交一份完整的设计说明书，报告书字数不少于 5000 字。

#### 五、其它必要说明

实践时间：第六学期末。

实践地点：校内。

#### 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	开发金融产品	通过调查研究，形成自己拟开发的金融产品的方向和思路	1	
2	设计金融产品	设计、修改金融产品、写作报告书	3	
3	完成金融产品开发	提交金融产品及设计报告书	1	

制订人：钱燕

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《专业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Professional Practice

课程代码: BU382504

课程类别: 实践

课程周数: 4

学 分: 4

适用专业: 金融工程

指导方式: 全程指导

## 二、教学目的与基本要求

专业实习金融工程专业的重要的实践环节,本课程的任务是通过四周时间的现场实际上岗跟班训练的学习,在金融及其相关部门的工作岗位上,由现场实际工作人员具体指导,将学生在此之前所学的各类理论知识转化为与实际工作相结合的具体过程。基本要求是,学生通过四周的现场实习,能够提高理论联系实际的能力,进而加深对理论学习的认识。

基本要求包括:(1)尊重实践,尊重管理人员及其他实习相关人员,虚心听取讲解,认真做好笔记,细心进行现场操作;(2)借阅实习单位提供的资料,必须按有关规定妥善保管,完整归还,注意保密;(3)遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律;(4)按时填写实习日志,认真撰写实习总结和实习报告。

## 三、实践教材、指导书及参考书目

学生统一使用《专业实习指导手册》(苏州科技学院商学院自编讲义)。

## 四、考核方式及成绩评定

1、学生应按照国家关于专业实习的有关规定,及时落实实习单位,完成规定期限的毕业实习工作,达到实习基本要求并按时提交实习报告和实习鉴定表,方可参加考核。

2、实习单位对每个实习学生进行实习鉴定,撰写评语,并按百分制给实习生打分。

3、校内指导教师根据学生落实实习单位情况、实习任务完成情况、实习日志填

写情况、实习总结和专业实习报告的质量进行综合考核。

4、实习总评成绩包括实习单位打分占 40%，校内实习指导教师打分占 60%。

5、专业实习总评成绩按优、良、中、及格和不及格五级记分。

## 五、其它必要说明

无

## 六、实践内容与具体要求

### （一）专业实习内容

基本内容：学生在学习完相关前期课程的基础上，要求学生到金融及其相关部门的具体岗位上从事一段时间的具体工作，以便亲身了解所在岗位的工作任务、职责、管理规定：

#### 1、熟悉实习单位的基本情况

- （1）实习单位概况、主要业务种类及其特点；
- （2）实习单位的组织结构、职能分配和运行机制；
- （3）实习单位的经营情况、经营管理经验；
- （4）实习单位的业务创新。

#### 2、了解并参与实习单位的主要业务

（1）熟悉实习单位的基本业务。根据实习单位的类型，可分别着重了解和参与相应的基本业务：

- （2）对某些业务领域有比较深入的认识和了解
- （3）注重实践，增强实务能力

#### 3、关注和分析有关实际问题

### （二）具体要求

1、学生应按照学校统一规定及时联系实习单位、参加专业实习。

2、学生应联系好实习单位，并将《苏州科技学院实习学生信息表》提交校内实习指导教师。

3、按专业实习大纲的要求，认真完成专业实习规定的各项任务，并以实习日记形式具体记录每天实习的主要内容。实习期间，应与学校指导教师保持联系。

4、专业实习结束时，由实习单位指导教师在鉴定表上做成绩评定、出书面鉴定，并加盖实习单位公章。

5、实习结束后，完成实习总结和专业实习报告。

6、实习结束后，应按时返校，并按照指导老师要求统一报到、提交毕业实习手册和专业实习报告。

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	熟悉实习单位的基本情况	参见本大纲六（二）	5天	
2	了解实习单位的主要业务	参见本大纲六（二）	10天	
3	关注和分析有关实际问题	参见本大纲六（二）	5天	

制订人：史嵘

审核人：余晓红

审定人：余晓红

# 《毕业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Graduation Field Work

课程代码: BU382505

课程类别: 综合必修

课程周数: 3

学 分: 3

适用专业: 金融工程

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

毕业实习是人才培养的重要组成部分,是人才培养质量的重要体现。毕业实习是教学计划的重要内容,是学生将所学理论知识运用于实践、检验于实践的重要环节和手段。

### 教学目的

通过毕业实习可以增加学生对金融业务的感性认识,培养学生的实际动手能力;可以使学生接

触社会、了解社会、适应社会,增强责任感和事业心,培养敬业精神。毕业实习应该达到以下目的:

1、了解实际的、具体的金融工程业务,感受金融业氛围,为学生走向工作岗位做好业务能力和心理素质准备。

2、将课堂上学到的知识与实际操作业务结合起来,使学生加深对理论知识的理解,增强学生将理论知识运用于实践的能力。

3、通过实习,提高学生的实际工作能力。

4、通过实习,提高学生思想素质,培养良好的职业道德。

### (二) 基本要求

毕业实习是以实习单位为课堂,以实习单位中具有丰富实践经验的管理者和员工为老师,要求学生必须做到:

1、尊重实践,尊重管理人员及其他实习相关人员,虚心听取讲解,认真做好笔记,细心进行现场操作。

- 2、借阅实习单位提供的资料，必须按有关规定妥善保管，完整归还，注意保密。
- 3、遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律。
- 4、按时填写实习日志，认真撰写实习总结和实习报告。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

学生统一使用《毕业实习指导手册》（苏州科技大学商学院自编讲义）。

### 四、考核方式及成绩评定

1. 学生应按照学校关于毕业实习的有关规定，及时落实实习单位，完成规定期限的毕业实习工作，达到实习基本要求并按时提交实习报告和实习鉴定表，方可参加考核。
2. 实习单位对每个实习学生进行实习鉴定，撰写评语，并按百分制给实习生打分。
3. 校内指导教师根据学生落实实习单位情况、实习任务完成情况、实习日志填写情况、实习总结和专业实习报告的质量进行综合考核。
4. 实习综合评定成绩由实习单位成绩评定 30%，实习日记成绩 20%，实习报告成绩 20%，综合表现成绩 30% 构成。
5. 毕业实习总评成绩按优、良、中、及格和不及格五级记分。

### 五、其它必要说明

无

### 六、实践内容与具体要求

#### （一）毕业实习内容

金融工程专业学生的毕业实习单位应主要选择基金公司、证券公司、期货公司、银行、信托公司、保险公司等金融部门及投资咨询公司、上市公司、工商企业等。根据实习单位业务类型的不同，学生在毕业实习中所侧重的内容有所不同。学生应根据自身专业特点和实习单位特点，有针对性地确定实习单位和实习岗位。这是实习内容的总体要求。具体来看，主要包括三方面内容：

- 1、熟悉实习单位的基本情况
  - （1）实习单位概况、主要业务种类及其特点；
  - （2）实习单位的组织结构、职能分配和运行机制；
  - （3）实习单位的经营情况、经营管理经验；
  - （4）实习单位的业务创新。

## 2、了解并参与实习单位的主要业务

(1) 熟悉实习单位的基本业务。根据实习单位的类型，可分别着重了解和参与相应的基本业务：

- a. 银行的储蓄、财会和结算业务，包括这些业务的具体流程、工作要点；
- b. 投资基金公司的主要业务；投资基金组织体系、内部管理、决策程序、运作机制；投资基金的投资组合的形成、决策和管理；
- c. 熟悉保险公司的主要产品及其特点、新产品的创新与开发、资金运用的范围和结构；
- d. 期货公司的自营、代客理财和投资顾问等业务；
- e. 证券公司的证券承销、证券经纪、证券自营和证券资产管理等业务；
- f. 信托投资公司的信托投资、委托存贷款等业务及其具体流程；
- g. 投资咨询公司从信息来源、收集、整理、分析直至研究和报告的全过程；
- h. 上市公司和一般工商企业的主营业务，上市公司与证券、金融市场的关系；
- i. 在其他实习单位的实习内容，应参照上述内容，结合实习单位业务特点和金融工程专业知识

进行实习。

### (2) 对某些业务领域有比较深入的认识和了解

这方面可包括：通过银行信贷和风险控制部门的实习，深入了解各类业务的程序和内容，熟悉银行体系信贷风险管理的特点；学会运用投资基金公司的有关数据库，对基金投资组合的风险、收益和流动性特征进行分析；针对证券公司进行投资分析、组合投资和风险管理等方面的思考；对期货市场的高风险与高收益获得感性认识，了解期货产品的定价和套利以及期货市场与现货市场的关系；了解保险公司运用保险资金参与资本市场投资、风险规避管理的方法和途径等；学会对信托投资公司的市场信托产品收益风险特征进行分析，对有关行业法规条例以及实施风险控制等有较为全面的认识，等等。

### (3) 注重实践，增强实务能力

a. 通过投资基金公司实习，学会自行设定投资目标，设计小型的模拟投资组合，对其模拟运作加以跟踪；对不同的投资基金业绩进行评价。

b. 通过在证券公司实习，学会为客户提供投资分析研究报告、提出组合投资和风险管理建议等，或争取参与证券发行事务等。

c. 通过在期货公司实习，了解客户参与期货市场的目的和真实需求，结合套期客户的具体情况，为其量身定做套期保值方案。

d. 通过在银行实习，争取参与新产品的宣传推介活动；学会分析新产品的成本收益特征，为客户提供分析参考；了解理财客户的需求，针对其不同的收益风险偏好，设计相应的理财产品。

e. 通过在保险公司实习，了解其面临的风险特点，学习风险规避管理的方法和途径；通过接触客户，准确把握其收益风险的偏好类型，提供适合他们的 保险、投资建议。

f. 通过在信托投资公司实习，参与信托新产品的宣传与推介；学会分析市场信托产品的收益风险特征，为客户提供参考。

g. 通过在投资咨询公司实习，注重接触客户、了解其真实需求，为客户讲解和分析各种金融产品的性质和风险收益特征；针对不同收益风险偏好的客户提供适当的投资建议。

h. 通过在上市公司和一般工商企业实习，学习上市公司如何处理与中小股东的关系，接受投资者的咨询。在非金融企业实习的，应注重企业财务状况的分析，认识到财务工作在企业经营管理中的重要地位。此外，可以结合企业的具体情况，在尝试通过金融市场来改善企业自身资金状况和财务风险状况等方面，给出建议方案。

### 3、关注和分析有关实际问题

(1) 分析实习单位或我国其他金融企业在产品、经营、管理以及服务等方面存在的问题或有待改善的方面，并提出自己的建议。(2) 关注金融市场的创新动向，了解它们的原理特点、交易模式以及对市场的影响。(3) 注意了解各种新颖的金融产品，对其给市场带来的影响和市场反应有所预估。(4) 通过了解国内金融市场，进一步解国外金融市场，对有关热点问题予以关注。(5) 关注金融混业经营、金融中间业务和个人理财业务的创新发展动向，如货币市场基金、住房抵押贷款等。

#### (二) 毕业实习具体要求

1、学生应按照学校统一规定及时联系实习单位、参加毕业实习。

2、学生应在第四学年第二学期开学前联系好实习单位，并将《苏州科技大学实习学生信息表》提交校内实习指导教师。

3、按毕业实习大纲的要求，认真完成毕业实习规定的各项任务，并以实习日记形式具体记录每天实习的主要内容。实习期间，应与学校指导教师保持联系。

4、毕业实习结束时，由实习单位指导教师在鉴定表上做成绩评定、出书面鉴定，并加盖实习单位公章。

5、实习结束后，完成实习总结和专业实习报告。

6、实习结束后，应按时返校（第四学年第二学期开学第四周），并按照指导老师

要求统一报到、提交毕业实习手册和专业实习报告。

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1	熟悉实习单位的基本情况	参见本大纲六（二）	1天	
2	了解实习单位的主要业务	参见本大纲六（二）	10天	
3	关注和分析有关实际问题	参见本大纲六（二）	4天	

制订人：周念宇

审核人：史嵘

审定人：余晓红

# 《市场调查报告》课程教学大纲

## 一、基本信息

英文课名：market investigation report

课程代码：ME382001

课程类别：综合实践

课程周数：1

学 分：1

适用专业：物流管理（国际）

指导方式：全程指导

## 二、教学目的与基本要求

### （一）教学目的

市场调查报告是物流管理（国际）本科专业的实践性教学课程。通过设计问卷、实施调查、调查数据分析等环节，学生对市场调查的相关知识、市场调查的方法技巧和物流管理的基础知识有全面的了解。同时，加深对物流管理专业特性的认识，培养学生的团队合作意识与精神，锻炼学生的管理实践能力，为后续的专业学习做准备。

### （二）基本要求

通过参观、调研、资料检索等形式深入市场展开调查，基本内容和要求如下：

（1）结合指导老师所给题目，以分组或其他形式，设计和制作有效问卷，并有针对性的选择调查对象进行深入、细致的调查研究；

（2）通过与指导老师交换意见，在得到老师的同意下，可以自行选择题目和调查对象进行调查，但整个调查过程中应服从指导老师的安排；

（3）在调查过程中，应主动发扬团结友爱的团队精神，讲求分工与协作，最终顺利完成调研课题；

（4）在调查中应严格遵守法律法规和民风民俗，按照老师的统一部署，在相应的区域内展开调查活动；

（5）调查小组或同学应随时严格记录调查结果，保证整个调查过程的真实性，并将调查问卷进行统一妥善保管；

（6）在老师的统一安排下，调查小组或同学应对收集回来的调查问卷进行这整理，及时去除不可靠和无效问卷；

(7) 运用以定量为主、定性为辅的方法对问卷所反映出来的数据进行统计分析，从中发现对调查课题有用的数据，从而得出有效和准确的结论；

(8) 在规定的期限内及时完成市场调查报告，并统一提交指导老师；

(9) 指导老师在收到市场调查报告后，应在一周内提交学生成绩。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

1. 吴增基. 现代社会调查方法（第四版）. 上海人民出版社，2014. 02；
2. 赵勤. 社会调查方法（第二版）. 电子工业出版社，2012. 08
3. 王学川. 社会调查的实用方法与典型实例. 清华大学出版社，2011. 05；
4. 范伟达. 社会调查研究方法. 复旦大学出版社，2010. 07。

### 四、考核方式及成绩评定

本实际环节属考查课，考核方式以有效调查问卷和调查报告综合评定成绩。本环节按一门独立课程考核记分，分为优、良、中、及格和不及格五级分制。市场调查成绩评定标准如下：

优：调查日记及调查报告质量好，能对调查内容总结归纳，剪系统性强，分析问题较深入，或者提出自己的见解，全面地完成了调查大纲的要求，成绩评为优。

良：调查日记及调查报告质量较好，达到调查大纲的要求，成绩评为良。

中：基本完成调查大纲的要求，完成调查日记和调查报告的基本内容，成绩评为中。

及格：能够完成调查大纲的要求，完成调查日记和调查报告，但质量一般，成绩评为及格。

不及格：未能完成调查大纲的要求，调查日记和调查报告质量差，成绩评为不及格。

### 五、其它必要说明

#### （一）调查方式

调查采用学生根据指导老师布置的调查任务和调查要求自主进行问卷设计、市场调研、资料检索和数据分析。

#### （二）调查问卷

调查问卷的设计是保证市场调查得以顺利进行的根本保证，指导老师应充分重视向学生传授问卷设计与分析的相关知识，使学生能够基本掌握调查问卷的设计、发放、访谈及分析技能。具体应做到：

1. 调查问卷应充分、有效。
2. 调查对象应定位准确。

3. 调查样本数量应具有统计意义。

4. 调查过程应真实、可靠、合法。

### (三) 调查报告

调查结束时学生应按调查大纲的要求，根据调查问卷进行全面的分析和总结，及时写出调查报告。调查报告一方面反映了学生对调查内容理解的深度，也反映了学生分析和归纳问题的能力，它是考核学生调查成绩的一个重要依据。具体应做到：

1. 调查报告应有明确的目的，报告内容与题目相符。

2. 调查报告应反映调查概况。包括调查时间、地点、调查单位、参观学习的工程或单位的基本情况。

3. 调查报告应反映调查主要内容。包括情况分析、主要结论以及主要心得体会。

4. 调查报告应字迹端正、语句通顺、图文并茂，总字数不宜少于 3000 字。

5. 调查报告必须写在学校统一的记录本上。

## 六、实践内容与具体要求

序号	实践内容	实践具体要求	时间(天)	备注
1	调查问卷设计	讲解问卷设计的方法和设计内容	0.5	
2	深入市场进行调研	组织学生分组到指定地区分发问卷 进行市场调查	3	
3	分析及调查报告的撰写	按照规定的格式和要求，对调查数据进行分析，并撰写调查报告	1.5	

制订人：贾海成

审核人：杨传明

审定人：余晓红

# 《毕业实习》教学大纲

## 一、基本信息

英文课名: Graduation Field Work

课程代码: BU382Z01

课程类别: 综合必修

课程周数: 4

学 分: 4

适用专业: 工商管理(专转本), 市场营销(专转本)

指导方式: 自主实习

## 二、教学目的与基本要求

教学目的: 毕业实习是工商管理专业和市场营销专业重要的实践教学环节。通过实习, 培养学生综合运用专业知识分析、解决实际问题的能力, 增强学生职业道德意识和社会责任感, 增强未来参加工作的适应性。具体目的主要有:

1. 深入了解和熟悉企业管理岗位的一般业务手段和方法, 为毕业后胜任专业工作打好基础。
2. 进一步掌握和深化已学的专业相关理论和知识。
3. 培养学生的对企业管理的感性认识, 提高学生发现问题和解决问题的能力。
4. 在实践中培养学生的专业精神和勤奋务实的工作作风。
5. 从学生的实习表现中了解学生对专业理论知识的掌握程度和灵活应用的能力, 便于进一步完善教学工作。

基本要求: 毕业实习是以实习单位为课堂, 以实习单位中具有丰富实践经验的管理者和员工为老师, 要求学生必须做到:

1. 尊重实践, 尊重管理人员及其他实习相关人员, 虚心听取讲解, 认真做好笔记, 细心进行现场操作;
2. 借阅实习单位提供的资料, 必须按有关规定妥善保管, 完整归还, 注意保密;
3. 遵守实习单位的劳动制度、安全制度和纪律;
4. 按时填写实习日志, 认真撰写实习总结和实习报告。

### 三、实践教材、指导书及参考书目

无

### 四、考核方式及成绩评定

(1) 实习单位对每个实习生进行实习鉴定，撰写评语，并按百分制给实习生打分。

(2) 校内指导教师根据学生实习日志填写情况、实习总结和实习报告的质量进行打分。

(3) 实习综合评定成绩由实习单位成绩评定 30%，实习日记成绩 20%，实习报告成绩 20%，综合表现成绩 30% 构成。

### 五、其它必要说明

无

### 六、实践内容与具体要求

(一) 全面了解企业经营管理状况，具体包括（视具体情况而定）：

1. 企业概况、产品结构和工艺流程。
2. 全面了解企业经营管理循环——供应、生产、营销各环节的决策、计划、组织、人员配备和控制工作。
3. 企业组织机构设置，各职能部门之间的相互协调机制。
4. 企业各项管理制度的建设、执行、监督和完善，以及竞争机制、监督机制和激励机制的作用。
5. 了解企业经济效益，经营状况与财务状况，筹资、投资、运营资金、成本及利润分配管理，重点了解企业在资金和成本管理方面的特色。
6. 企业管理的发展史及管理机构的设置情况
7. 各机构层次及职权范围如何设置及划分
8. 计划部门的职责，计划的种类及各计划间的关系
9. 计划、生产、销售部门是如何协调关系的
10. 计划制定的依据、程序及计划的执行与检查
11. 科研计划与新产品开发的关系
12. 全面质量管理体系及其特点
13. 财务部门的组织结构、业务分工及其相互关系
14. 企业成本核算及核算方法

15. 企业与银行、税务部门及其他中介结构的关系及业务往来

(二) 了解掌握实习单位主要经营业务，具体要求包括（视具体情况而定）：

1. 了解企业总体情况，包括企业历史、现状，企业营销状况，企业产品组合、产品线和产品项目情况。企业内部管理状况一般包括企业规章制度的建立健全、生产过程组织、营销部门组织结构以及管理基础工作等。

2. 了解新产品开发过程中所经过的阶段，各阶段所进行的主要工作内容。

3. 了解和掌握生产作业统计及调度工作的内容及方法

4. 了解企业新产品开发的总体情况

5. 了解和掌握质量指标的含义及确定方法

6. 了解企业会计业务工作流程

7. 掌握企业成本核算及核算方法

8. 了解企业内部财务会计管理制度

9. 了解企业会计业务工作流程

10. 质量控制及检查的方法

11. 了解企业建立现代企业制度及上市公司的运作情况。

(三) 了解和分析实习单位的某一领域相关问题，具体要求包括

1. 找出实习单位某一领域中存在的不足, 提出自己的合理化建议和改进措施, 并加以总结。

2. 与同国内外同行业相比，本企业生产技术及管理水平所处的地位。

3. 学习和借鉴国外先进的管理经验的情况。

序号	实践内容	实践具体要求	时间（天）	备注
1、	了解掌握实习单位概况	见六（一）		
2、	了解掌握实习单位主要经营业务	见六（二）		
3、	了解和分析实习单位的某一领域相关问题	见六（三）		

制订人：李雪冬

审核人：韩云

审定人：余晓红