|  |
| --- |
| 工商管理硕士专业学位研究生培养方案 （专业代码：125100） |
| 一、学科、专业简介 | 1、本学科的历史沿革和现状概述中国政法大学商学院作为中国“法商管理”教育培养模式的开创者和推动者，经历了提出理念、探索实践、深入发展的历程： 法商结合商科教育雏形形成（1995-2002年）：1994年，中国政法大学设计培养“法商结合”的复合型管理人才计划，历经7年的摸索与发展，以中国政法大学商学院正式挂牌成立为标志，形成“法商互动，知行合一”的培养理念。 法商管理模式基础奠定（ 2002-2009年）：商学院为法商管理教育奠定初步学术基础，完成了从本科、硕士、博士点学科布局，并以教育部2007年在商学院设立国家级 “质量工程”建设项目——“法商型人才培养模式创新实验区”为标志，表明法商管理教育已经具备了比较系统的培养思路和学术基础。 法商管理创新与实践落地（2009 –今）：2009 年 6 月，我校商学院获批为第八批MBA培养院校，同年中国政法大学MBA教育中心成立。2010年首届MBA学生入学，开启了法商管理MBA教育模式从理论到实践的全面探索创新，明确提出培养具有法商精神的新时代管理者的培养目标。2、本学科的需求分析和发展前景市场经济首先是法治经济，成功的经营者必须具备法商精神和管理技能。法商管理源于企业需求和时代要求，解决企业实际难题，与企业的生死、与企业的发展息息相关，法商管理教育的发展，顺应了时代发展的要求、引领了中国企业未来发展的趋势。 中国政法大学MBA教育中心正是在此背景下成立的，致力于打造中国高等商科教育中独具特色、优势明显的MBA培养模式，具有广阔的发展前景。 |
| 二、培养目标 | 坚持理论基础和管理实务相结合、管理专业和法律应用相结合、国际视野和本土经验相结合、务实精神和创新精神相结合，培养具有“精商明法、敏思善行”特质的新时代管理者，以满足社会主义市场经济、民主政治、法治国家建设对法商复合型管理人才的需要。具体要求：1、坚持正确的政治方向，树立爱国主义和集体主义思想，拥护党的各项方针政策，具有良好的职业精神，遵守法律法规和道德规范，具备德、智、体全面发展的综合素质。2、系统掌握工商管理专业知识，善于发现问题、分析问题和解决问题，具有从事经营管理实际工作的能力，熟练运用科学的方法工具解决经营管理实务问题。3、熟悉经营管理工作中的法律事务，将法学有关原理和方法有效融合到经营管理实务中，成为具备管理和法律双重能力的复合型应用人才。4.、掌握一门外国语，具备处理经营管理对外事务（包括国际企业管理、国际贸易等方面）的基本能力；5、具有健康的体魄和良好的心理素质，在责任心、团队意识、指挥协调、组织应变等软技能方面适应企事业单位的实际需要。 |
| 三、专业方向 | 1、企业变革与组织创新 2、市场营销与现代流通3、金融与财务管理4、战略与国际企业管理5、企业法务管理6、体育产业经营管理 |
| 四、学制及学习年限 | 学制 | 两年 | 学习年限 | 最长四年 |
| 五、课程设置、其他培养环节、教学计划与学分要求 | 见附表 |
| 六、培养方式 | 1、MBA专业硕士研究生培养采取导师负责与集体培养相结合的方式，采取“多导师制”，即分别安排商学、法学和实务界资深人士担任学生导师，指导日常学习、实践和论文写作。2、在硕士研究生培养过程中，应合理安排课程学习、论文写作和实践活动等各个环节。（1）充分发挥个人学习计划在引导和促进MBA硕士研究生自主学习和研究中的作用。（2）课程学习环节应注重MBA学生的自主学习能力、研究能力和实践能力的培养。硕士研究生可根据本人学习计划合理安排课程学习时间，在申请硕士学位论文答辩前完成规定的全部学分。（3）充分注重MBA学生对实践能力的培养，在课堂教学中加强案例分析、团队研讨、专题讲座等多种形式教学效果的同时，积极开辟第二课堂，引导学生参与社会实践，每位学生至少要完成一篇解决实际问题的分析报告，提高学生适应实际工作的能力。（4）为进一步加强课堂理论教学与企业经营管理实际之间的联系，聘请校外MBA教学专家和知名企业家、律所合伙人来校授课或做专题讲座。（5）英语课程的教学要紧密结合MBA学生的特点，加强商务领域的适用性教学，突出精读，口语和应用文写作三个部分，增加学生商务英语的词汇量和英语会话、写作能力，教材、教学方法和考试方式区别于其它专业学术型研究生，单独命题考核。（6）MBA学生须通过专题讲座、学习研讨等形式接受企业社会责任和商业伦理方面的教育。（7）论文工作环节除了考察MBA学生综合运用所学理论、知识的水平以外，还要注重培养学员对经营管理现实问题的理解能力以及运用方法工具解决实际问题的能力。导师应指导MBA学员制订科学的研究和论文写作计划，引导学生尽早进入论文的研究与写作状态。 |
| 七、考核方式 | 培养方案规定的课程考核，按照国家和学校有关规定，可以采取笔试、口试或者笔试加口试等方式进行。口试必须由两名以上教师主持，且必须有口试记录，并由主考教师和记录人共同签名。与建立研究生分流培养的机制相适应，配合多规格多标准的人才培养模式，加强阶段性考核，重视选拔培养对象、重点扶持等环节。社会实践环节是专业硕士研究生的必修环节。社会实践可以通过入学导向、法商管理国内外游学和企业调查等方式进行，以专业实习为主。社会实践需要提交一篇解决实际问题不低于5千字的社会实践报告。专业硕士研究生的开题报告按照《中国政法大学专业硕士研究生培养规定》，由3位具有导师资格的校内外专家组成考核委员会进行。 |
| 八、学位论文选题与撰写 | 学位论文的选题，由研究生与导师协商确定，由开题小组导师提出修改建议，最后确定题目；学位论文初稿完成后，导师认真修改，必要时发回重写，最后定稿打印；学位论文必须符合学校原创性和规范性要求，严禁抄袭剽窃，且论文正文字数不少于三万字。 |
| 九、学位论文答辩与学位授予 | 申请学位必须符合国家规定的法定条件；学位申请材料必须齐全，内容全面真实；【预答辩制度学校不做统一要求，是否实行由各专业根据实际情况自定。】答辩委员会组成人员应符合法定条件和要求；论文的原创性检查、评审、导师回避等按照学位办相关规定进行；学位论文涉及实务问题的，可以吸收实务部门具有高级专业技术职务的专家参加答辩委员会。答辩委员会在认真审阅学位论文的基础上，对申请人进行公正、严肃、认真、负责的提问和无记名表决，并向校学位评定委员会提出授予或不授予硕士学位的建议。硕士学位的授予应符合《中国政法大学学位授予办法》（法大发〔2016〕44号）和《中华人民共和国学位条例》的要求。 |
| 十、参考文献 | 参考教材、参考文献是课程大纲的重要组成部分，其选择确定，应坚持经典性与现实性、传统性与发展性、平面型与电子型相结合，注重理论性、权威性、广泛性、新颖性和实践性。按照参考文献在文中出现的顺序采用阿拉伯数字连续编号，其排列格式为：（1）专著中的文献［序号］作者．专著名称版本（第１版不加标注）出版者，出版年（2）期刊中的文献［序号］作者．文献名称．期刊名称，卷号（期号）年月[1] Frederick S. Hiller, Mark S. Hiller, Karl Schmedders, Molly Stephens, Introduction to Management Science: A Modeling and Case Studies Approach with Spreadsheets, 3 rd edition, McGraw-Hill Education. 20101、陈郁：《所有权、控制权与激励——代理经济学文选》，上海三联书店1998年版。2、[美]迈克尔·波特著：《竞争优势》中国财政经济出版社，1988年11月3、[美]道格拉斯·R·爱默瑞等著，《公司财务管理》，中国人民大学出版社，1991年11月4、[美]迈克尔·波特著：《竞争战略》华夏出版社，1997年1月5、弗雷德·威斯顿等著：《兼并、重组与公司控制》，经济科学出版社，1998年。6、[美]戴维.贝赞可等著：《公司战略经济学》北京大学出版社，1999年9月7、[美]斯蒂芬·P·罗宾斯著，《管理学》，中国人民大学出版社，1999年4月8、[美]大卫·J·科利斯等著：《公司战略》东北财经大学出版社，2000年3月9、[美]托马斯·彼得斯等著：《追求卓越》中央编译出版社，2000年6月10、[美]本·M·恩尼斯等著：《营销学经典》东北财经大学出版社，2000年11月11、[美]詹姆斯R.麦圭根等著：《管理经济学 应用、战略与策略》机械工业出版社，2000年10月12、Gary P&#8226;Schneider 成栋 译：《电子商务》机械工业出版社，2000年913、小卡尔.麦克丹尼尔（Carl McDaniel, Jr）、罗杰.盖兹（Roger Gates）等著，《当代市场调研》第4版，机械工业出版社，2000年14、Richard A . Johnson , Dean W. Wichern著：《实用多元统计分析》第4版，清华大学出版社，2001年15、[美]沃德&#8226;汉森著：《网络营销原》华夏出版社，2001年10月16、[美] 罗纳德·S·史威福特著：《客户关系管理》中国经济出版社，2001年3月；17、[美]弗雷德.R.戴维：《战略管理》，第八版，经济科学出版社，2001年10月18、[美]亨利·明茨伯格等著：《战略历程》机械工业出版社，2002年4月19、[美]詹姆斯·柯林斯等著：《基业长青》中信出版社，2002年5月20、[美]科特勒著：《科特勒谈营销》浙江人民出版社，2002年10月；21、[美]H.克雷格.彼得森等著：《管理经济学》，中国人民大学出版社，2003年7月22、[美]唐纳德·勒曼等著：《营销分析实务》企业管理出版社，2004年4月；23、[美]萨布哈什·C·杰恩著：《市场营销策划与战略》中信出版社，2004年4月24、[美] Horngren、Foster、Datar著：《成本会计》10th Edition 清华大学出版社出版25、《高级管理会计》[美] 卡普兰、阿特金森著 东北财经大学出版社出版26、《价值链管理》[美] 鲍德温、克拉克等著 中国人民大学出版社、哈佛大学出版社出版27、菲利普·科特勒著：《营销管理》，新千年版·第十版，中国人民大学出版社28、O. Hart, 1995. Firms, Contracts，and Financial Structure. Oxford University Press: London.29、Williamson, O.: The Mechanisms of Governance, Oxford University Press. 1996.30、Jay Heizer,《运作管理》（英文影印），清华大学出版社。2001年9月31、Christopher lovelock,《服务营销：人员、技术与策略》（英文影印），清华大学出版社。2001年9月32、《Advanced Management Accounting》2rd Edition [美] Hirsch, Jr. 著 Thomson Leaning 出版33、《Advanced Financial Accounting》5th Edition [英] Lewis、Pendrill 著 Pitmen Publishing 出版34、布莱尔·M：《所有权与控制：面向21世纪的公司治理探索》，中国社会科学出版社1999年8月第1版。（备注：参考文献顺序按照中文、外文；原著、译著；出版时间先后排序） |

 学位评定分委员会主席签字：

年 月 日

五、课程设置

附表：

MBA专业硕士研究生培养实行学分制，总学分不少于45学分，其中专业必修课24学分，专业选修课总学分不少于6学分，法学选修课不少于6学分，法商管理案例研讨课不少于3学分，专题讲座2学分（含企业社会责任和商业伦理课程），社会实践2学分。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 课 程 名 称 | 学时 | 学分 | 备注 |
| 专业核心课 | 社会主义经济理论与实践 | 36 | 2 | 共24学分 |
| 商务英语 | 72 | 4 |
| 管理经济学 | 36 | 2 |
| 市场营销 | 36 | 2 |
| 人力资源管理 | 36 | 2 |
| 战略管理 | 36 | 2 |
| 会计学 | 36 | 2 |
| 财务管理 | 36 | 2 |
| 信息系统与信息资源管理 | 36 | 2 |
| 组织行为学 | 36 | 2 |
| 数据、模型与决策 | 36 | 2 |
| 专业选修课 | 企业变革与组织创新方向 | 企业流程管理 | 36 | 2 | 至少修满6学分 |
| 项目管理 | 36 | 2 |
| 技术创新与知识产权管理 | 36 | 2 |
| 创业管理 | 36 | 2 |
| 企业并购与重组-人文 | 18 | 1 |
| 无形资产价值分析 | 36/18 | 2/1 |
| 企业诊断与咨询 | 36 | 2 |
| 领导力 | 36 | 2 |
| 市场营销与现代流通方向 | 特许经营管理 | 36/18 | 2/1 |
| 营销策划与模拟 | 36 | 2 |
| 消费者行为学 | 36 | 2 |
| 客户关系管理 | 36 | 2 |
| 零售管理 | 36 | 2 |
| 商务谈判 | 36 | 2 |
| 电子商务与网络营销 | 36 | 2 |
| 供应链与物流管理 | 36 | 2 |
| 金融与财务管理方向 | 金融理论及应用 | 36 | 2 |
| 金融市场 | 36 | 2 |
| 金融工程 | 36 | 2 |
| 投资学 | 36 | 2 |
| 金融服务营销 | 36 | 2 |
| 企业并购与重组-财务 | 18 | 1 |
| 证券投资 | 36 | 2 |
| 投资银行业务 | 36 | 2 |
| 财务报表分析 | 36 | 2 |
| 法务会计 | 36 | 2 |
| 管理会计 | 36 | 2 |
| 战略与国际企业管理方向 | 企业国际化战略 | 36 | 2 |
| 国际化经营管理 | 36 | 2 |
| 国际商务管理 | 36 | 2 |
| 国际市场营销 | 36 | 2 |
| 企业海外法律风险及防范 | 36 | 2 |
| WTO法律制度 | 36 | 2 |
| 企业法务管理方向 | 企业法务管理 | 36 | 2 |
| 董事会的运作与管理 | 18 | 1 |
| 案件管理 | 18 | 1 |
| 企业法律风险管理 | 36 | 2 |
| 律所管理 | 18 | 1 |
| 重大法律项目管理 | 18 | 1 |
| 体育产业经营管理 | 体育经济管理与体育产业 | 36 | 2 |
| 体育运动与人格塑造 | 36 | 2 |
| 体育发展、需求与体育产业 | 36 | 2 |
| 大众体育健康干预 | 36 | 2 |
| 体育产业策划、推广和变革 | 36 | 2 |
| 体育设施和赞助商管理 | 36 | 2 |
| 体育法 | 36 | 2 |
| 体育金融 | 36 | 2 |
|  | 各方向通选 | 商务与管理统计 | 36 | 2 |  |
| 经济环境分析 | 36 | 2 |
| 沟通管理 | 36 | 2 |
| 公司法与企业法 | 36 | 2 | 至少修满6学分 |
| 证券法 | 36 | 2 |
| 合同法 | 36 | 2 |
| 企业税法 | 36 | 2 |
| 企业并购与重组-法律 | 18 | 1 |
| 房地产法 | 36 | 2 |
| 反垄断法 | 18 | 1 |
| 婚姻法与继承法 | 18 | 1 |
| 竞争法 | 36 | 2 |
| 国际法专题 | 36 | 2 |
| 商法与经济法专题 | 36 | 2 |
| 法商管理案例研讨 | 包含：人力资源与劳动法、技术创新与知识产权、企业组织与公司治理、资本运营与金融法、企业法律风险与防范、品牌管理与商标法等专题 | 18 | 1 | 至少修满3学分 |
| 专题讲座 | 包含：《企业社会责任和商业伦理》；“法商管理大讲堂之法律与管理系列、经济与管理系列、政治与管理系列、文化与管理系列、管理前沿等系列讲座”；“中国法商管理论坛”等 |  | 2 | “企业社会责任和商业伦理”课程必选，并参加6次以上专题讲座、论坛、职业沙龙等 |
| 社会实践 | 参与“入学导向”、“法商管理国内外游学”等社会实践 |  | 2 | 提交一篇解决实际问题的分析报告 |

另，高等数学，补修课，2学分，36课时，作为一般选修课可计入总学分。