|  |
| --- |
| 企业管理专业攻读硕士学位研究生培养方案（专业代码：120202） |
| 一、学科、专业简介 | 随着经济全球化的发展，企业面临的竞争环境更加复杂化和多样化，企业要想在竞争中立于不败之地，只有提升自身的管理能力和国际化经营能力。企业管理是工商管理下的二级学科，旨在培养高层次、应用型的企业管理人才。中国政法大学企业管理专业的发展始于1995年开始招生的工商管理本科专业，经过近20年的发展，在企业管理专业基本研究框架的基础上，依托学校的法学优势，逐步形成法学与管理学结合的学科特色，成为高级企业管理复合型人才培养基地。中国政法大学企业管理硕士专业自2003年设立以来，已经为国家培养各类人才数十人，他们所服务的组织和单位主要分布于各类企业、金融机构、司法领域、政府机关等。该专业现下设4个研究方向，分别为：企业战略管理、市场营销、人力资源管理、公司治理结构与企业重组。现有专职教师18人，其中教授8人，博士生导师2人；具有博士学位的教师16人。本专业注重开放性办学和国际化发展，通过师资的学术访问、合作研究、参加国际学术会议等，与国内外著名高校或知名学者建立了广泛的合作关系。 |
| 二、培养目标 | 培养具有社会主义思想道德觉悟，坚持马列主义、毛泽东思想和邓小平理论、三个代表重要思想和科学发展观，拥护中国共产党的领导，坚持社会主义方向，适应市场经济发展需要，具备现代企业管理的职业素质，系统掌握现代企业管理理论和方法，能够胜任企业及其他组织的中高层管理职务，以及能够从事企业管理咨询、研究和教育培训的专门人才。具体要求：熟悉本学科的基础性知识、专业性知识和工具性知识，具有良好的学术素养和学术道德，具有较强的获取知识能力、科学研究能力、实践能力、学术交流能力，具有良好的心理素质，能够进行严谨的逻辑思维和创新性思维，具有良好的理解力、记忆力和表达能力。 |
| 三、研究方向 | 1. 企业战略管理2. 市场营销理论与策略3. 人力资源管理4. 公司治理结构与企业重组 |
| 四、学制及学习年限 | **学制** | 三年 | **学习年限** | 二至四年 |
| 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 | 实行导师负责制下的研究方向组制。本专业硕士生以课程学习为主，科学研究与管理实践为辅。专业课程采取教师讲授和课堂讨论相结合的方式进行。积极开展研讨课、案例课、慕课、课后读书小组等多种形式的教学方式，注重理论与实际相结合，第一课堂和第二课堂相结合，加强研究生专业素质和综合素质的培养，特别要注意培养研究生的创新能力、分析问题能力、解决问题能力、语言表达能力及写作能力。 |
| 七、质量标准 | 培养具有社会主义思想道德觉悟，坚持马列主义、毛泽东思想和邓小平理论、三个代表重要思想和科学发展观，拥护中国共产党的领导，坚持社会主义方向，具有坚实的本学科理论和系统的专业知识，身体健康。了解企业管理学科专业的理论体系，系统学习企业管理学科专业的基本原理、基本理论，提高和深化对企业管理学科专业的理论和理论框架的认识。能够提出自己的看法和想法，进行系统的论证；通过以点带面，促进理论的深化和思维能力的提高。关注社会，关注现实，关注当代中国经济与社会发展实践，积极探索企业管理新领域、新现象、新问题，鼓励学术理论创新，具有较强的创新精神与实践能力。较为熟练地掌握一门外语，达到听、说、读、写水平。适应各类国家机关和企事业单位在社会主义市场经济下所需要的复合型高级专业人才。 |
| 八、考核方式 | 培养方案规定的课程考核结合硕士生个人培养计划，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。学术型硕士研究生应撰写相关的专题论文、读书报告、学期论文作为科研能力的考核。社会实践环节是学术型硕士研究生的必修环节。社会实践可以通过专业实习、挂职锻炼、产学研基地联合培养和社会调查等走入社会的方式进行，以专业实习为主。社会实践的时间一般不得少于2个月，并需要提交不低于5千字的社会实践报告。学术型硕士研究生的中期考核主要采取书面审核方式。具体方式和程序依据《中国政法大学学术型硕士研究生培养规定》。学术型硕士研究生的开题报告按照《中国政法大学学术型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。 |
| 九、学位论文选题与撰写 | 本专业研究生的学位论文选题必须在本专业的研究范围内确定；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。 |
| 十、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；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。 |
| 十一、参考文献 | **一、必读文献（10本）**1. 托马斯·S·贝特曼等：《管理学：竞争新格局》（第6版），北京大学出版社2007年版。
2. 迈克尔·希特等：《战略管理》（第8版），中国人民大学出版社2009年版。
3. 王方华、吕巍等：《战略管理》（第2版），机械工业出版社2011年版。
4. 菲利普·科特勒、凯文·莱恩·凯勒著：《营销管理》（第13版·中国版），中国人民大学出版社2009年版。
5. Thomas C.R.，Maurice,S.C著，葛凤玲译，《管理经济学》第九版，机械工业出版社2009年版。
6. 张维迎：《博弈论与信息经济学》，上海人民出版社1996年。
7. 科利等著，李维安等译：《公司治理》，中国财经出版社2004年版。
8. Fred R . David <Strategic Management>(13th ,Edition) , Pearson \ Prentice Hall.
9. Philip Kotele,  Kevin Lane Keller : <Marketing Management>(13th Edition) , Pearson\Prentice Hall.
10. 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2008年版。

**二、选读文献（不超过20本）**1. 小阿瑟·A·汤普森等著：《战略管理：概念与案例》（第14版），北京大学出版社2009年版。
2. 安妮塔·M·麦加恩著《产业演变与企业战略》，商务印书馆2007年版。
3. W·钱·金等著：《蓝海战略》，商务印书馆2006年版。
4. 克里斯廷·格罗鲁斯著：《服务管理与营销》（第3版），电子工业出版社2008年版。
5. 亨利·明茨伯格等著，魏江译：《战略历程》，机械工业出版社2006年版。
6. 詹姆斯·柯林斯等著，真如译：《基业长青》，中信出版社2009年版。
7. 迈克尔·波特著,陈小悦译，《竞争战略》，华夏出版社2005年版。
8. 托马斯·彼得斯等著，胡玮珊译：《追求卓越》，中信出版社2009年版。
9. 罗纳德·S·史威福特著，杨东龙译：《客户关系管理》，中国经济出版社2002年版。
10. 萨布哈什·C·杰恩著，贾光伟译：《市场营销策划与战略》第六版，中信出版社2004年版。
11. 陈郁著：《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。
12. Gaughan P.A.著，朱宝宪等译，《兼并、收购与公司重组》第三版，机械工业出版社2004年版。
13. 布莱尔·M著：《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年版。
14. Gary P. Schneider著：《电子商务》第四版，机械工业出版社2003年版。
15. 赛卡瑞安（Sekaran,U.）著，祝道松，林家五译：《企业研究方法》（第四版），清华大学出版社2005年版。
16. Donald R. Cooper，Pamela S. Schindler著，《商业研究方法》（第9版）（英文版），人民大学出版社2007年版。
17. Yin R.著，周海涛等译:《案例研究方法的应用》，重庆大学出版社2009年版。
18. 徳斯靳，曾湘泉主编：《人力资源管理》第十版，中国人民大学出版社2007年版。
19. 希夫曼，卡纽克著，江林译：《消费者行为学》（第8版），中国人民大学出版社2007年版。
20. 达夫特著：《组织理论与设计》（第10版），清华大学出版社2010年版。
 |

学位评定分委员会主席签字：

年月日

五、课程设置、教学计划及学分要求

硕士生的课程设置分为学位公共课、学位专业课、选修课及其他必修环节。

课程学习实行学分制，硕士生课程学分不少于33学分，总学分不少于39学分。

企业管理专业攻读硕士学位研究生

 课程设置、教学计划及学分要求一览表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 类 别 | 课程名称 | 课程门数 | 课程代码 | 学分 | 学时 | 开课学期 | 教学方式 | 考核方式 | 备 注 |  |
| 必修课程 | 学位公共课 | 中国特色社会主义理论与实践 | 1 |  | 2 | 36 | 1 | 讲授 | 考试 |  |  |
| 马克思主义与社会科学方法论 | 1 |  | 1 | 18 | 2 | 讲授 | 考试 |  |  |
| 基础外语 | 1 |  | 4 | 72 | 1-2 | 讲授 | 考试 |  |  |
| 管理学方法论 | 1 |  | 2 | 36 | 1-2 | 讲授 | 考试 | 各学院开设 |  |
| 学位基础课 | 管理经济学 | 1 |  | 3 | 54 | 1 | 讲授 | 考试 |  |  |
| 学位专业课 | 现代营销管理 | 1 |  | 3 | 54 | 2 | 讲授 | 考试 |  |  |
| 人力资源管理 | 1 |  | 3 | 54 | 2 | 讲授 |  |  |
| 企业战略管理 | 1 |  | 3 | 54 | 3 | 讲授 |  |  |
| 选修课程 | 专业限选课 | 企业战略与营销管理专题 | 1 |  | 2 | 36 | 3 | 讲授 | 考查 | 方向1和2限选 |  |
| 人力资源管理专题 | 1 |  | 2 | 36 | 3 | 讲授 | 方向3限选 |  |
| 公司治理结构专题 | 1 |  | 2 | 36 | 3 | 讲授 | 方向4限选 |  |
| 任选课 | 专业外语 | 任选4门 |  | 8 | 144 |  | 讲授 | 应开出一定数量的课程供学生选修，每门课程36课时，2学分。所修选修课学分应不少于10学分。 |  |
| 应用统计分析 |  |  |  |
| 组织行为学 |  |  |  |
| 国际化经营管理 |  |  |  |
| 博弈论 |  |  |  |
| 高级计量经济学 |  |  |  |
| 技术创新与知识产权管理 |  |  |  |
| 企业管理前沿问题研究 |  |  |  |
| 企业重组与并购专题 |  |  |  |
| 电子商务与网络营销 |  |  |  |
| 金融与证券研究专题 |  |  |  |
| 特许经营管理 |  |  |  |
| 消费者行为学 |  |  |  |
| 企业环境经营与可持续发展 |  |  |  |
| 企业管理案例分析 |  |  |  |
| 公司金融专题 |  |  |  |
| 创业管理 |  |  |  |
| 品牌管理 |  |  |  |
| 组织设计与组织变革 |  |  |  |
| 运营管理 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 补修课程 | 管理学 |  |  |  | 36 | 1 | 讲授 | 考查 | 学院安排研究生补修有关课程，每门课36学时，各记2学分。 |  |
| 现代企业学 |  | 36 | 2 | 讲授 | 考查 |  |
| 其他培养环节 | 1.文献阅读与综述（导师考核） | 文献阅读与综述是研究生掌握本学科的学术传统和研究脉络，训练研究生理解能力和概括能力，为研究生的学习研究奠定一定理论基础的重要环节。汇报方式应能达到考察上述要求和训练学生语言逻辑能力的目的。所有类型的研究生均应进行该训练。硕士研究生第1至第4学期，每学期精读专著不少于2本，具体书目由导师指定，可以通过读书报告或书评形式考核。 | 2 |  |  |  | 考查 | 硕士研究生所修学分不低于6学分。 |  |
| 2.科研环节（导师考核） | 硕士研究生第1至第4学期，每学期应提交学期论文1篇，每篇不少于3000字。 | 2 |  |  |  | 考查 |  |
| 3.课题研究（导师考核） | 课题研究是研究生进行科研实践、训练科研能力的重要方式，是研究生培养的基本要求之一，也是研究生应具备的基本素质之一。硕士研究生通过参加导师的科研项目、学校的科研项目或实践部门的科研项目以及学院自设的科研项目等参加一定的课题研究，并提交相应的科研成果，作为考核依据。两年内主持或参与的课题研究项目不少于2项。 | 2 |  |  |  | 考查 |  |
| 4.社会实践（导师考核） |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 合计 |  |  | 43 |  |  |  |  |  |  |