



長沙醫學院

CHANGSHAMEDICALUNIVERSITY

课 程 简 介

管理学院

二〇一九年九月

目 录

《货币银行学》课程简介.....	1
《证券投资学》课程简介.....	2
《宏观经济学》课程简介.....	3
《经济法》课程简介.....	4
《项目投资分析》课程简介.....	5
《税收学》课程简介.....	6
《微观经济学》课程简介.....	7
《政治经济学》课程简介.....	8
《国际贸易理论与实务》课程简介.....	9
《专业英语》课程简介.....	10
《电子商务》课程简介.....	11
《广告学》课程简介.....	12
《商务谈判实务》课程简介.....	13
《市场调研与市场预测》课程简介.....	14
《市场营销学》课程简介.....	15
《市场营销策划》课程简介.....	16
《消费者行为学》课程简介.....	17
《新媒体营销》课程简介.....	18
《公共关系学》课程简介.....	19
《创业管理》课程简介.....	20
《企业伦理学》课程简介.....	21
《生产管理》课程简介.....	22
《财务管理》课程简介.....	23
《基础会计学》课程简介.....	24
《企业文化学》课程简介.....	25

《企业战略管理》课程简介.....	26
《人力资源管理》课程简介.....	27
《管理学原理》课程简介.....	28
《质量管理》课程简介.....	29
《组织行为学》课程简介.....	30
《ERP 企业经营模拟》课程简介.....	31
《分销渠道管理》课程简介.....	32
《管理思想史》课程简介.....	33
《客户关系管理》课程简介.....	34
《零售学》课程简介.....	35
《商务礼仪》课程简介.....	36
《医药物流管理》课程简介.....	37
《医院管理学》课程简介.....	38
《卫生事业管理学》课程简介.....	39
《物流管理学》课程简介.....	40
《医药市场营销学》课程简介.....	41
《供应链与物流管理》课程简介.....	42
《医药企业管理》课程简介.....	43
《药事管理学》课程简介.....	44
《医院服务营销》课程简介.....	45
《连锁经营理论与实务》课程简介.....	46
《国际贸易理论与实务》课程简介.....	47
《市场营销学》课程简介.....	48
《医院管理学》课程简介.....	49

《货币银行学》课程简介

课程编号：21101030

课程名称：货币银行学(Monetary Banking)

课程类别：必修课

内容概要：

货币银行学是经济管理类专业的核心课程之一，是工商管理 and 市场营销专业的一门必修学科基础课程，是现代经济学和管理学的重要组成部分，是管理学主干课程。

金融是现代经济的核心。货币与银行无论从历史上还是逻辑上都是金融业的源头和基础。学习货币银行学是研究现代金融的基础。本课程以现代货币金融理论以及一般经济学原理为理论基础，对货币金融体系的制度和运行机制以及货币运行与经济运行之间的关系进行了全面系统的阐述，通过理论联系实际对我国的金融市场发展与运行状况作较为深入的探讨。本课程主要以现代货币金融市场的产生发展、工具、机构与运行为研究对象，主要研究货币与货币制度，信用，金融市场，商业银行，中央银行，货币供给，货币需求，金融抑制、深化与金融创新等内容。

教 材：

胡庆康主编 现代货币银行学教程（第五版） 上海：复旦大学出版社，2015。

参考书目：

- 1.黄达 货币银行学 北京：中国人民大学出版社，2016；
- 2.李绍昆 货币银行学 北京：中国人民大学出版社，2016；
- 3.胡海鸥 货币理论与货币政策 上海：上海人民出版社，2015；
- 4.弗雷德里克·S·米什金 货币金融学 北京：中国人民大学出版社，2016。

《证券投资学》课程简介

课程编号：21101050

课程名称：证券投资学(Stock Investment)

课程类别：选修课

内容概要：

证券投资学是工商管理专业的一门专业选修课程。证券投资是当代经济金融活动的一个重要组成部分，开设证券投资学课程，对完善工商管理专业学生的知识结构、培养学生树立正确的金融投资理念、具备基本的证券投资分析能力具有积极的作用。

本课程以证券资本市场的运行为研究对象，主要研究证券投资工具的种类，证券市场的运行，证券投资基本分析涉及的宏观经济分析、产业分析、公司财务分析和公司价值分析等四个方面，证券投资技术分析常见方法如 K 线理论、切线理论、形态理论和技术指标等内容。

教 材：

吴晓求主编 证券投资学（第四版） 北京：中国人民大学出版社，2016。

参考书目：

- 1.博迪，凯恩，马库斯 投资学精要 北京：清华大学出版社，2016；
- 2.李向科 证券投资技术分析 北京：中国人民大学出版社，2017；
- 3.王晓芳，许祥秦 证券投资学 北京：北京大学出版社，2016。

《宏观经济学》课程简介

课程编号：21101020

课程名称：宏观经济学(Macroeconomics)

课程类别：必修课

内容概要：

宏观经济学是工商管理 and 市场营销专业的一门学科基础课。本课程的研究对象是社会总体的经济行为及其后果，本课程的核心问题是国民收入如何保持稳定适度的增长。主要研究国民收入核算理论，国民收入决定理论的收-支模型、IS-LM 模型、总需求-总供给模型，失业与通货膨胀理论，宏观经济政策，开放经济下的短期经济模型和经济增长等内容。

教 材：

《西方经济学》编写组 西方经济学（下册）北京：高等教育出版社、人民出版社，2011。

参考书目：

- 1.高鸿业 西方经济学（宏观部分·第六版）北京：中国人民大学出版社，2014；
- 2.N·格里高利·曼昆 宏观经济学 北京：中国人民大学出版社，2016；
- 3.斯蒂格里茨 经济学下册（第二版）北京：中国人民大学出版社，2016；
- 4.多恩布什，费希尔 宏观经济学 北京：中国人民大学出版社，2015；
- 5.布兰查德 宏观经济学 北京：清华大学出版社，2016；
- 6.宋承先 现代西方经济学 上海：复旦大学出版社，2015；
- 7.杨小凯 经济学原理 北京：中国社会科学出版社，2016。

《经济法》课程简介

课程编码：21102020

课程名称：经济法（Economic Law）

课程类别：必修课

内容概要：

发展社会主义市场经济，健全社会主义法制，需要大批既懂经济又懂法律的管理人才。本课程主要讲授经济法的基本法律制度，主要内容包括：经济法基础理论、企业法、合同法、破产法、消费者权益保护法等。通过本课程学习，使学生了解企业法律知识，合同订立、履行法律知识等。使学生初步了解有关经济法律的基础理论和经济法制建设的发展现状，基本掌握确立社会主义市场经济体制以来重要的经济法律和法规，并能以相关法律法规分析典型案例，提高学生的知识面和综合分析能力。

教 材：

赵威 经济法（第六版） 北京：中国人民大学出版社，2018。

参考书目：

- 1.秦雷 经济法（第二版） 大连：东北财经大学出版社，2017；
- 2.吴启才 中小企业法律实务 武汉：华中科技大学出版社，2010。

《项目投资分析》课程简介

课程编码：21101111

课程名称：项目投资分析（Project Investment Evaluation）

课程类别：选修课

内容概要：

《投资项目评估》是我国实行改革开放以来，由国外介绍进来的有关投资项目管理理论和方法。它采用一套科学、系统、完整的理论、方法和指标体系，在投资决策前对拟建项目进行全面分析、论证和评价，从而为正确的投资决策提供依据。以现代经济评价方法为工具，以取得最佳经济效益和资源优化利用为目标，使学生系统掌握投资项目建设必要性，技术可行性和经济合理性评价的基本理论、基础知识和基本技能，为其毕业后，从事经济管理工作打下扎实的基础。

教 材：

- 1.苏益 投资项目评估(第3版) 北京：清华大学出版社，2019。

参考书目：

- 1.王晋 投资项目评估 北京：中国财富出版社，2015；
- 2.周惠珍 投资项目评估 大连：东北财经大学出版社，2016。

《税收学》课程简介

课程编号：21101060

课程名称：税收学 (Tax Theory)

课程类别：必修课

内容概要：

税收学是一门工商管理专业的必修课程，是经济学主干学科。工商管理专业的学生在完成经济学学理论教学的基础上，为进一步提高税收理论水平、实务操作能力和理财能力而开设的必修课。

通过对本课程的学习，要求学生熟悉和掌握中国税制的基本原理和基础知识。全面的认识和理解这些理论知识及政策法规在社会经济生活中的运用和实施情况，同时结合我国的实际情况做出理性的分析，培养学生分析问题和解决问题的能力。

教 材：

1.杨虹 中国税制(第五版) 北京：中国人民大学出版社，2019。

参考书目：

1.梁文涛 税务会计 北京：中国人民大学出版社，2019；

2.李华 企业财务会计 杭州：浙江大学出版社，2019；

3.胡怡建 税收学 上海：上海财经大学出版社，2018；

4.马国强 中国税收 大连：东北财经大学出版社，2018。

《微观经济学》课程简介

课程编号：21101010

课程名称：微观经济学(Microeconomics)

课程类别：必修课

内容概要：

《微观经济学》是《西方经济学》的重要组成部分。是我国高等院校财经类和管理类专业必开的一门专业基础课。微观经济学以单个经济单位作为研究对象，围绕稀缺资源的配置，研究经济变量的单项数值定，其中心理论是价格理论。具体来说，就是研究均衡价格的决定和变动，消费者行为的决定和变动，生产者行为的决定和变化，市场结构差异，要素市场的价格决定和变化，一般均衡过程以及福利经济等问题。微观经济学通过对以上理论的研究，为市场主体的生产行为和消费行为提供解释和指导。所以，微观经济学的内容包括一般包括均衡价格理论、消费者行为理论，生产者行为理论，市场结构理论，要素市场理论，一般均衡理论，福利经济学以及微观经济政策等。

教 材：

《西方经济学》编写组 西方经济学(上册) 北京：高等教育出版社、人民出版社，2011。

参考书目：

1. 高鸿业 微观经济学 北京：中国人民大学出版社，2016；
2. 曼昆 经济学原理 北京：人民出版社，2015；
3. 宋承先 现代西方经济学 上海：复旦大学出版社，2015。

《政治经济学》课程简介

课程编号：21101070

课程名称：政治经济学(Political Economics)

课程类别：必修课

内容概要：

《政治经济学》课程是为了培养和检验学生学习马克思主义经济理论的基本知识和应用能力而设置的经济管理类各专业必修的专业基础课。是为各种经济类学科提供基础的科学，它所阐明的基本原理和所揭示的客观经济规律，对其他经济学科都具有指导作用和意义。政治经济学具有理论性和逻辑性强、主要运用科学的抽象方法分析和研究问题的特点，主要依靠抽象思维能力，透过现象去认识经济事物发展的规律性。

教 材：

《马克思主义政治经济学》编写组 马克思主义政治经济学 北京：高等教育出版社、人民出版社，2017。

参考书目：

1. 宋涛 政治经济学 北京：中国人民大学出版社，2016；
2. 马克思 资本论 人民出版社，2009。

《国际贸易理论与实务》课程简介

课程编号：21101040

课程名称：国际贸易理论与实务(Theory and Practice of International Trade)

课程类别：必修课

内容概要：

《国际贸易理论与实务》课程分为理论和实务两部分。学生通过理论部分的学习，必须弄清国际贸易产生发展的基本理论，掌握国际贸易主要政策与措施，了解国际经贸变化发展趋势；通过实务部分的学习，必须全面掌握进出口业务专业知识和技能，学会运用国际贸易惯例和国际贸易法律知识，解决实际问题。

《国际贸易理论与实务》是一门实践性很强的综合性应用学科。它涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与保险等学科的基本理论与基本知识，在学习过程中，必须掌握正确的方法并注意下列事项：

第一、要贯彻理论联系实际的原则。在学习过程中，要以国际贸易的基本理论和国家的对外方针政策为指导，要将理论部分中所学到的基础理论和基本政策，在实务部分中加以具体运用，以便理论与实践、政策与业务有效地结合起来，不断提高分析与解决实际问题的能力。

第二、要注意业务与法律的联系。国际贸易法律课的内容同本课程内容关系密切，因为，国际货物买卖合同的成立必须经过一定的法律步骤，国际货物买卖合同是对合同当事人双方有约束力的法律文件，履行合同是一种法律行为，处理履约当中的争议实际上是解决法律纠纷问题、在学习本课程时，应同有关法律课程的内容联系起来考虑，即要求从实践和法律两个侧面来研究本课程的内容。

第三、要贯彻“洋为中用”的原则。为了适应国际贸易发展的需要，国际商会等国际组织制定了有关国际贸易方面的各种规则，这些规则已成为当前国际贸易中公认的一般国际惯例，它被人们普遍接受和经常使用，并成为国际贸易界从业人员遵守的行为准则因此，在学习本课程时，我们必须根据“洋为中用”的原则，结合我国国情来研究一些通行的惯例和普遍实行的原则，并学会灵活运用国际上一些行之有效的贸易方式和习惯做法，以便按国际规范办事，在贸易做法上加速同国际市场接轨。

第四、要把“学”和“用”结合起来。由于本课程是一门实践性很强的应用学科，故在学习过程中，要重视案例、实例分析和平时的操作练习，并结合到校外参观、实习，以增强感性知识，加强基本技能的训练，真正做到学以致用。

教 材：

傅龙海. 国际贸易理论与实务(第7版) 北京：对外经贸大学出版社，2017。

参考书目：

薛荣久 国际贸易 北京：对外经贸大学出版社，2016。

《专业英语》课程简介

课程编号：21102191

课程名称：专业英语（English for Business Administration）

课程类别：选修课

内容概要：

The course of English for Business Administration aims at helping the students improving their listening、reading、writing and speaking capabilities in the field of Business Management, original books written by authors who take English as their native language are used as the text books and nearly 100% information is explained in English in class. English is the only language not only for the teacher but also for the students except necessary explanation Chinese.

It is better to deliver this course to students who have studied some course about management in Chinese and are better at English.

This course blends current and traditional topics and organizes them around functional process. approach to the study of management. Although other approaches have been developed. the functional approach remains a general framework. flexible enough to incorporate many viewpoints about management.

In addition to a review of the fundamentals the course leads the students to seek updated information. and organizes them to discuss the heated current issues. The major tasks are to help the students master and understand the basic terms and ideas about management, expand their English vocabulary in the field of management. equip them with vital managerial skills. A recurring myth is that it is better to study technical or hard subjects than management because the pay is better.

教 材：

郑琦 工商管理专业英语第1版 武汉：华东师范大学出版社，2018。

参考书目：

1.张初愚 工商管理英语教程 西安：西安交通大学出版社，2015；

2.Maggie-Jo st john marketing 原版教材 北京：清华大学出版社，2015。

《电子商务》课程简介

课程编号：21103080

课程名称：电子商务 (Electronic Business)

课程类别：选修课

内容概要：

电子商务是工商管理以及市场营销专业学生的选修课程,比较全面地阐述了电子商务理论的基本概念、电子商务活动的基本步骤和电子商务交易的基本方法;通过本课程的学习,不但可以使学生了解电子商务这种新型贸易形式的基本概念、运行模式及电子商务实现过程中所涉及的安全、支付等问题,而且可以使学生能够结合本专业的其他知识,初步具有开展和实施相关电子商务的实践,为学生进行创新创业提供了扎实的理论基础。

电子商务的蓬勃发展拉动了对电子商务专业人才的需求,而电子商务专业人才属于复合型、应用型、创新型人才,本门课程全面系统地介绍了电子商务领域各个方面地知识,吸收了电子商务领域最新发展成果,由浅入深、循序渐进,做到理论与实际相结合,并且大量运用案例分析,通过案例分析让学生加深对理论和方法的理解,亮点是实践性强。

教 材：

张润彤 朱晓敏 电子商务概论(第3版) 北京:中国人民大学出版社,2018。

参考书目：

张照枫 刘德华 陈金山电子商务实务 武汉:武汉大学出版社,2016。

《广告学》课程简介

课程编号：21103070

课程名称：广告学(Advertising)

课程类别：专业选修

内容概要：

广告学是经济管理类专业的课程之一，是一门工商管理 and 市场营销专业的选修课程，是现代市场营销学和管理学的一部分。本课程研究广告运作的调查，策划，创意，设计与制作，媒体运作等一系列环节的基础理论知识，并涉及广告活动的起源与发展，广告市场实践行为的具体现象研究及分析。

教 材：

1. 倪宁 广告学教程(第4版) 北京：中国人民大学出版社，2015。

参考书目：

1. 苗杰、蒋晶 现代广告学 北京：中国人民大学出版社，2015；
2. 蔡嘉清 广告学教程 北京：北京大学出版社，2016；
3. 何修猛 现代广告学 北京：复旦大学出版社，2015。

《商务谈判实务》课程简介

课程编号：21103020

课程名称：商务谈判实务(Business Negotiations)

课程类别：选修课

内容概要：

《商务谈判》课程是一门专业选修课程，是一门理论和实践紧密结合的应用性学科，它高度结合了贸易、科学、法律、管理、金融、哲学、文学、艺术、演讲等多学科知识。主要介绍商务谈判内容和方法的有关知识、商务谈判的程序和技巧、策略，具有知识面广、法律性强、实践性强、系统性强的特点。

教 材：

张国良 商务谈判与沟通 北京:机械工业出版社，2015。

参考书目：

1. 陈文汉 商务谈判实务 大连：东北财经大学出版社，2014；
2. 庞爱玲 商务谈判 大连：大连理工大学出版社，2015。

《市场调研与市场预测》课程简介

课程编号：21103040

课程名称：市场调研与市场预测(Market Research and Forecast)

课程类别：必修课

内容概要：

市场调研与预测工作是市场营销工作的基础，其工作成果是企业营销及管理决策的依据。市场调研与预测课程是市场营销专业的主干课程。通过本课程的学习使学生对市场调查和市场预测的作用、内容、方法和技术有较为系统和透彻的了解，并培养学生进行调查预测的实际能力，为其以后从事有关的调查和预测工作奠定较为扎实的基础。

教 材：

邬丽萍 市场调查与预测 北京:机械工业出版社，2014。

参考书目：

1. 王德章 市场调查与预测 北京：高等教育出版社，2013；
2. 许以洪 市场调查与预测 北京：机械工业出版社，2015；
3. 李昊 市场调查与预测 北京：中国人民大学出版社，2016。

《市场营销学》课程简介

课程编号: 21103010

课程名称: 市场营销学 (Marketing)

课程类别: 专业基础课

内容概要:

《市场营销学》是一门交叉学科，它既包含了市场营销的基本理论，又借鉴了社会主义市场经济条件下企业实践的最新成果。

通过本课程的讲授，使学生掌握扎实的市场营销理论，培养开阔的市场营销视野及辩证的营销观念，培养学生既有牢固的基本理论素养，又能够主动汲取前沿理论，既能够对战略层面的营销问题有宏观的思考和把握，又能够对策略层面的问题有清晰地认识和操作能力。

该课程作为经济管理专业的基础性、核心性课程，为工商管理管理、市场营销及其他相关经济管理学科的学生奠定专业基础，对于工商管理专业的学生而言，该课程的学习搭建起营销学的知识体系和框架，是继续学习后续营销策划、营销调研、国际营销等分支课程的关键，对于学生毕业后到工商企业从事市场营销工作、进入政府管理部门、跨专业求职和继续深造都打下良好的知识基础。

教 材:

郭国庆 市场营销学（第七版） 北京：中国人民大学出版社，2018。

参考书目:

1. 郭国庆 市场营销学（第六版） 北京：中国人民大学出版社，2016；
2. 郭国庆 市场营销学（第五版） 北京：中国人民大学出版社，2014。

《市场营销策划》课程简介

课程编码：21103051

课程名称：市场营销策划（Marketing Planning）

课程类别：专业必修

内容概要：

《市场营销策划》是市场营销专业一门很重要的专业主干课程。通过本门课程的学习，要求学生了解市场营销策划的特点与要求，基本掌握营销调研策划、营销战略策划、品牌策划、企业形象策划、促销策划、网络营销策划、供应链关系策划、顾客满意策划及体验营销策划等方法，并结合案例分析培养学生的创造性思维和实际动手能力。

教 材：

1. 黄聚河 市场营销策划（第二版） 北京：清华大学出版社，2018。

参考书目：

1. 叶万春 企业营销策划（第三版） 北京：中国人民大学出版社，2012；
2. 胡其辉 市场营销策划 大连：东北财经大学出版社，2016。

《消费者行为学》课程简介

课程编号：21103060

课程名称：消费者行为学（Consumer Behavior）

课程类别：必修课

内容概要：

消费者行为学是市场营销类专业的必修课。本课程是普通心理学、行为学理论指导市场营销和商品销售实践的一门应用性理论学科，是以探讨消费者消费心理与行为特点及其规律的科学。搭建一个由消费者行为研究、影响消费者行为的内部因素、影响消费者行为的外部因素、消费者决策四个模块构成的相对完整的知识体系。

本门课程教学目的是为了在现代市场经济条件下运用消费行为学所揭示的消费者心理活动特点和规律制定科学的营销策略，促进商品销售，为生产企业和商家创造更多利润。本门课程教学任务是通过学习使学生了解和掌握消费者在消费过程中的需求、购买、使用商品或得到劳务过程中，消费行为心理现象产生、发展和一般规律的科学。通过该课程的学习，能用消费心理的观点分析和解决具体的营销中的问题，针对消费者行为特点和消费者的心里规律组织营销，使学生明确一个合格的营销人员，必须研究购买者需求，捕捉市场信息，掌握消费心理，认识其产生、发展和完成的规律。通过本课程的学习，让学生掌握消费心理学的基本理论知识，洞悉消费者心理活动的基本过程及心理特征，培养学生分析问题和解决问题的能力。

本门课程教学内容包括：绪论、影响消费者行为的因素体系、消费者的注意与知觉、消费者的学习和记忆、消费者个性与自我概念、消费者态度形成与改变、消费者的需要与购买动机、消费者的购买决策与购买行为、消费者的决策偏见与非理性行为、家庭生命周期、角色分工与购买行为、群体消费心理与行为、社会文化与消费者行为、品牌消费心理与行为、消费者行为与营销组合策略、消费者行为的新兴研究领域。

教 材：

江林 消费者心理与行为（第六版） 北京：中国人民大学出版社，2018。

参考书目：

- 1.迈克尔·所罗门 消费者行为学 北京：中国人民大学出版社，2014；
- 2.张易轩 消费者行为心理学 北京：中国商业出版社，2014；
- 3.陈文汉 消费者行为学 北京：北京大学出版社，2014。

《新媒体营销》课程简介

课程编号：21103161

课程名称：新媒体营销（Media Marketing）

课程类别：选修课

内容概要：

新媒体营销是市场营销专业一门选修课，是研究 21 世纪新时代各式各样的新媒体营销工具。从门户网站、网络视频、搜索引擎、论坛、博客、SNS 等网络新媒体、到 APP、微信、手机二维码等手机新媒体、到户外 LED、楼宇新媒体、移动车载新媒体和移动电视新媒体，探讨新媒体在市场营销策划中的应用。

教 材：

肖艳 新媒体营销（第一版） 北京：北京大学出版社，2017。

参考书目：

- 1.冯英健 实用网络营销教程 北京：清华大学出版社，2016；
- 2.谭贤 新媒体营销与运营实战 北京：人民邮电出版社，2017；
- 3.张向南 新媒体营销案例分析 北京：人民邮电出版社，2017；
- 4.加藤公一—莱奥 新媒体时代的营销活动守则 北京：北京联合出版公司，2017。

《公共关系学》课程简介

课程编号：21103031

课程名称：公共关系学（Public Relation）

课程类别：必修课

内容概要：

公共关系学是管理学院工商管理专业与市场营销专业的必修课程，公共关系学也是一门综合性应用科学，学科以建立组织与公众之间良好的沟通关系，在社会上树立组织的良好形象为宗旨。在社会主义市场经济不断发展完善的今天，没有公关意识的企业不是一个好企业，不掌握一定公关知识和技巧的人不是一个好的企业经营者。开设公共关系学的目的就是使学生掌握公共关系的基本理论，熟悉公共关系的主要技巧，成为为社会主义建设事业服务的综合性应用人才。

教 材：

周安华 公共关系理论、实务与技巧 北京：中国人民大学出版社，2016。

参考书目：

1.张践 公共关系学 北京：中央广播电视大学出版社，2015；

2.程龙 谁说你不能演讲 北京：电子工业出版社，2014。

《创业管理》课程简介

课程编号：21102171

课程名称：创业管理（Entrepreneurial Management）

课程类别：必修课

内容概要：

大学生创业管理课程是面向大二以上学生开设的公共必修课，该课程力图对中国当代大学生的就业观念进行科学指导，一方面通过创业基础知识的讲授，培养学生的创业意识，学习创业知识，另一方面，通过参与式的教学方法，让学生进行创业实践，了解创办和经营企业的基本知识和实践技能，从而提升学生的创业能力和就业能力。

教 材：

张玉利 创业管理（第三版） 北京：机械工业出版社，2018。

参考书目：

- 1.王英杰、郭小平 创业教育与指导 北京：机械工业出版社，2016；
- 2.高建伟、丁德昌 就业指导与创业教育 北京：中国传媒大学出版社，2017。

《企业伦理学》课程简介

课程编号：21102121

课程名称：企业伦理学（Business Ethics）

课程类别：必修课

内容概要：

本课程是管理类专业本科生的专业基础课，在人才培养方案中占有非常重要的地位。学生通过学习该课程后，应能明确企业经营中哪些是对的，哪些是不对的，掌握正确的分析问题和解决问题的方法和思路。

（企业）商业伦理是经济类、管理类各专业、各层次毕业生必备的专业知识和技能，应在教学计划中占有重要地位。新设（企业）商业伦理课程主要基于：经济行为、企业活动在整个社会中的比重和影响日益加大；个人和企业的非道德行为严重制约企业和社会的发展，并逐渐成为影响社会安定的重要因素；加入世界贸易组织和经济生活国际化给我们提出伦理道德挑战。通过本课程的学习，使学生透彻掌握商业伦理的基本观点、理论和方法，具备对企业 and 经济活动伦理分析和伦理决策的初步能力。

教 材：

周祖城 企业伦理学（第3版） 北京：清华大学出版社，2015。

参考教材：

- 1.徐大建 企业伦理学 上海：上海人民出版社，2012；
- 2.戴木才 管理的伦理法则 南昌：江西人民出版社，2011；
- 3.万君宝、袁红林 管理伦理 上海：上海财经大学出版社，2015。

《生产管理》课程简介

课程编号：21102090

课程名称：生产管理（Production and Operations Management）

课程类别：必修课

内容概要：

本课程是经管类各专业的主要专业课程，也是工程类各专业的选修课程之一。本课程的教学目的在于使学生掌握生产与运作管理的基本概念，原理和方法。要求学生在牢固掌握传统的生产与运作基本理论与方法基础上，进一步了解生产与运作管理学科的最新发展，了解本课程最新理论和方法。结合课程设计和企业实习，使学生具备灵活利用本课程知识分析和解决现代制造和服务企业生产运作系统问题的实际操作能力。

通过本课程的教学，应使学生掌握生产与运作管理的基本概念，及从社会组织长远发展的角度出发，分析、设计、优化生产与运作管理体系的理论及方法，熟悉制造业生产体系的运行及维护过程，了解当前先进的生产与运作管理理念。

教 材：

张群 生产与运作管理（第3版）北京：机械工业出版社，2014。

参考书目：

- 1.潘家韬 现代生产管理学（第4版）北京：清华大学出版社，2018；
- 2.龚国华 生产与运营管理（第3版）上海：复旦大学出版社，2012。

《财务管理》课程简介

课程编号：21102060

课程名称：财务管理(Science of Financial Management)

课程类别：必修课

内容概要：

随着社会主义市场经济的建立和发展，以及我国加入世贸组织所产生的影响，企业面临着前所未有的机遇与挑战。企业财务管理在新形势下的重要性与日俱增，其在企业管理中的地位也逐渐提高。合理利用资源、平衡不同利益相关者的权益、信息效应与财务信号、金融全球化等都与财务决策紧密相连。财务理论适应实务不断地快速变化，也已经取得较大进展。财务管理是一门理论与应用并重的课程，是管理和经济各专业的学科基础课，起到了衔接一般经济理论课与专业课的中介作用。本课程是原教育部规定的财经类本科专业的核心课程之一，也是管理学门类专业的必修课程，因此在课程体系中处于重要地位。

财务管理课程的教学目标是使学生能较为系统地理解财务管理的基本理论，评价企业的投资、融资和股利决策对企业价值最大化目标的实现程度，熟悉将分析技术引入相关财务决策的方法。学好这门课程，一方面可以扩大学生的专业知识面，大大提高他们分析问题、解决问题的能力，从而提高他们管理资金乃至管理一个企业/公司的能力；另一方面可以奠定专业学习的学科基础，达到各专业培养目标的要求。

财务管理是一门应用性很强的学科。在教学过程中应坚持理论分析与实例、案例分析相结合的方法，通过课堂讲授与讨论相结合的方式启发学生思考问题，使学生能真正理解和掌握财务管理学科的基本内容。

财务管理课程基本要求

1.强调理论联系实际，侧重实际操作训练。对财务管理的理论性问题，应结合让学生写小论文、小报告的形式，进行研究性学习；对财务管理的方法性问题，应结合习题和案例教学，以加深对问题的理解。

2.密切注意市场经济条件下现代企业财务管理实务中出现的新情况和新问题，及时的在教学中予以解决。

3.财务管理具有灵活性的特点，因此在学习中必须注重学生知识面的拓展，结合相关的学科知识进行讲解，注意观念教学，提高学生的能力素质。

4.要将创新创业意识融入课程教学，在选择课程案例时可以适当选择创业企业，在讲授知识点时涉及到创业企业需要注意的问题要加以补充拓展。

教 材：

荆新 王化成 财务管理学(第7版) 北京：中国人民大学出版社，2018。

参考书目：

荆新 王化成 财务管理学学习指导书(第7版) 北京：中国人民大学出版社，2018。

《基础会计学》课程简介

课程编号：21102030

课程名称：基础会计学（Fundamental Accounting）

课程类别：必修课

内容概要：

《基础会计学》又称为会计学原理或初级会计学，是工商管理 and 市场营销专业的必修课，也是经济类、管理类大部分专业的基础课，这些专业的学生都要在学习此课程的基础上进一步学习有关的会计课程。

通过会计学基础课程的讲授，使学生掌握会计学基础的基本概念、基本理论及基本的操作技能、技巧，了解基本的财务、会计概念的含义、来源及其用途，为学习相关专业课程打下良好的基础。

教 材：

1. 朱小平 初级会计学(第8版) 北京：中国人民大学出版社，2017。

参考书目：

1. 安索尼、里斯、赫特斯坦 会计学：教程与案例 北京：北京大学出版社，2015；
2. 王立彦 会计学：教程与案例 北京：机械工业出版社，2016。

《企业文化学》课程简介

课程编号：21102110

课程名称：企业文化学（Enterprise Culture）

课程类别：必修课

内容概要：

随着“以人为本”管理理念以及柔性管理和情感管理思想的深入发展，《企业文化学》成为管理类专业的一门重要课程。作为管理理论的重要组成部分，《企业文化学》是一门研究和介绍企业中的文化现象及其产生、发展规律的管理科学。本课程通过对企业文化构成的基本要素、企业文化的基本原理、企业文化演变的基本规律、企业文化建设的基本要求以及企业文化的国际比较等内容的全面分析，以构筑企业主体共同的价值观和企业精神，规范企业的主体行为为基础，来建设优秀的企业文化，达到促进企业发展，实现企业、社会和员工的和谐统一。由于本课程在我校现为公共选修课程，根据这一要求，其主要内容如下：

理论篇：1、绪论；2、企业文化的基本原理；3、企业文化的基本体系；4、企业文化的演变规律。

实践篇：5、企业文化建设的主体；6、企业文化建设的核心工程；7、企业文化建设的延伸工程；8、企业文化的比较与借鉴。

教材：

王成荣 企业文化学教程(第三版) 北京：中国人民大学出版社，2015。

参考书目：

1.特伦斯·迪尔 企业文化 北京：中国人民大学出版社，2015；

2.李亚民 企业文化学 北京：机械工业出版社，2012。

《企业战略管理》课程简介

课程编号：21102040

课程名称：企业战略管理(Strategy Management)

课程类别：必修课

内容概要：

企业战略管理是一门工商管理 and 市场营销专业的专业课程，是研究企业如何确定企业战略、并如何执行的课程，从企业内外部环境的战略分析，到公司层、经营层战略的战略制定，到战略目标和资源配置、组织结构等的战略实施，到最后的战略控制与评价，确定企业战略、制定、实施和控制的过程。

教 材：

1.胡大立 企业战略管理（1版） 上海：南京大学出版社，2016。

参考书目：

1.陈志军 企业战略管理 北京：中国人民大学出版社，2016；

2.蓝海林 企业战略管理 北京：中国人民大学出版社，2015；

3.徐大勇 企业战略管理 北京：清华大学出版社，2015。

《人力资源管理》课程简介

课程编号：21102050

课程名称：人力资源管理（Human Resource Management）

课程类别：必修课

内容概要：

人力资源管理是管理理论的重要组成部分，是各项专业管理的基础。它是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，具有很强的实践性和应用性。自八十年代传入中国以来，人力资源管理越来越受到人们的重视。

本课程从理论上对人力资源管理进行了总体性的阐述，集中讲述了人力资源管理理论的产生和发展、人力资源管理的理论基础以及我国古代的人力资源管理思想等方面的内容；其次从侧重实践操作角度出发，从组织结构设计与变革、工作分析与设计、人力资源规划、员工招聘与录用、员工培训与职业生涯规划、员工激励、薪酬管理、绩效考评、劳动关系、人力资源诊断等方面，探讨了全球经济一体化背景下的资源人力管理问题。本课程对我国企业人力资源管理实战运作有较强的实践指导意义。

通过本课程的教学，使学生掌握人力资源管理的基本知识、基本原理，学会用人力资源管理理论分析和解决实际问题的方法，同时培养学生爱岗敬业的精神，为毕业后成功地走上社会，有能力参与企业经营管理实践打下基础。

教 材：

刘英侠 人力资源管理 北京：中国人民大学出版社，2015。

参考书目：

1. 颜爱民 人力资源管理（第4版）北京：北京大学出版社，2016；
2. 刘昕 人力资源管理（第2版）北京：中国人民大学出版社，2015；
3. 姚艳红 人力资源管理 长沙：湖南大学出版社，2015。

《管理学原理》课程简介

课程编号：21102010

课程名称：管理学原理（Management）

课程类别：必修课

内容概要：

《管理学原理》是工商企业管理专业及其他管理类专业必修的专业基础课程，是学习其他专业管理课程的理论基础。管理学原理是从管理实践中总结、归纳、抽象和概括出来的科学原理，它着重研究管理的客观规律和具有共性的基本理论。围绕管理的计划、组织、领导、控制、创新等职能展开各章内容。这些基本原理对于各行各业的管理都具有指导意义，任何将来有可能从事管理工作的学生有必要了解和学习的这门课程。

教 材：

管理学编写组 管理学 北京：高等教育出版社，2019。

参考书目：

1. 韩卫群 管理学原理（第二版） 南京：南京大学出版社，2018；
2. 徐国华、赵平 管理学 北京：清华大学出版社，2015；
3. 郭咸刚 西方管理思想史 北京：经济管理出版社，2015；
4. 理查德.L.达夫特、多萝西.马西克[美] 管理学原理（第4版） 北京：机械工业出版社，2015；
5. 芮明杰 管理学——现代的观点 上海：上海人民出版社，2016；
6. 周三多 管理学——原理与方法（第六版） 上海：复旦大学出版社，2016。

《质量管理》课程简介

课程编号：21102100

课程名称：质量管理(Quality Management)

课程类别：必修课

内容概要：

质量管理是工商管理专业的一门必修课程，是一门理论与实践并重的课程，上连生产，下接营销，旁涉物流，对完善工商管理专业学生的知识结构具有重要作用，在课程体系中具有重要地位。

本课程主要以一般工业制造企业的产品质量管理为研究对象，主要研究质量管理的基本理论，供应商质量管理，质量策划与质量改进的常用工具，统计过程控制，抽样检验，质量经济性分析，质量管理体系等内容。

教 材：

韩福荣 现代质量管理学（第3版） 北京：机械工业出版社，2016。

参考书目：

- 1.张公绪 新编质量管理学 北京：高等教育出版社，2016；
- 2.廖永平 工业企业质量管理 北京：北京工业大学出版社，2017；
- 3.宋明顺 质量管理学 北京：科学出版社，2016；
- 4.梁工谦 质量管理学 北京：中国人民大学出版社，2015；
- 5.伍爱 质量管理学 广州：暨南大学出版社，2015；
- 6.李晓春 质量管理学 北京：北京邮电大学出版社，2016；
- 7.苏秦 现代质量管理学 北京：清华大学出版社，2015。

《组织行为学》课程简介

课程编号：21102070

课程名称：组织行为学（Organizational Behavior）

课程类别：必修课

内容概要：

组织行为学研究组织中个体、群体、组织、领导行为的现象与规律。有关的理论模型，相应的研究方法，如介绍各种领导的理论，分析不同领导行为的特色、适应情景、效果，对权变领导、情景领导、目标-路径领导、转换型领导等进行比较分析与提供应用建议。探讨组织中激励的基础、有关的要素、以及途径，讨论企业组织社会心理系统的描述、解释、预测、控制方法，探讨在不同层次提高组织效率和员工满意度的系统途径。

教 材：

陈国海 组织行为学(第五版) 北京：清华大学出版社，2018。

参考书目：

- 1.[美]斯蒂芬·P·罗宾斯 组织行为学 北京：中国人民大学出版社，2012；
- 2.关培兰 组织行为学 北京：中国人民大学出版社，2015。

《ERP 企业经营模拟》课程简介

课程编号：21103111

课程名称：ERP 企业经营模拟（Enterprise Resource Planning）

课程类别：选修课

内容概要：

ERP 企业经营模拟是经管类各专业的主要专业选修课程之一。本课程以模拟公司运营的方式，强调通过团队合作、企业战略规划、预算、ERP 流程管理等一系列活动，模拟企业在市场竞争和经营管理中的行为，将 ERP 理论知识和相关课程专业知识的学习贯穿始终。

通过 ERP 沙盘模拟软件学习操作、对抗演练和情景体验等多种形式的实验教学，将学生置身于企业运营的虚拟环境之中，将沙盘模拟中的操作行为挖掘出来，寻找模拟行为背后的市场规律与理论原因，帮助学生在更短的时间内获得企业经营管理方面的全面能力与综合素质，主要包括企业战略、创业、营销管理、生产管理、财务管理、采购与物流管理、人力资源管理等专业知识的，领悟科学的管理规律，全面提升专业综合技能。

教 材：

无

参考教材：

1. 孙张、王飞 ERP 企业经营沙盘模拟实训教程 北京：清华大学出版社，2015；
2. 刘洪玉、刘丽 企业经营模拟原理及 ERP 沙盘实训教程 北京：清华大学出版社，2013；
3. 宁健、梁伟 ERP 沙盘模拟企业经营实训教程（第二版） 大连：东北财经大学出版社，2018。

《分销渠道管理》课程简介

课程编码：21103140

课程名称：分销渠道管理（Distribution Channel Management）

课程类别：必修课

内容概要：

分销渠道管理工作是市场营销工作的基础和核心，其工作成果是企业营销及管理决策的依据。分销渠道管理课程是市场营销专业的主干课程。通过该课程的学习，学生能够对该课程的相关知识有一个系统的学习与掌握，可以使学生能够结合本专业的其他知识，初步具有开展和实施相关分销渠道管理的实践，为学生进行市场营销等工作提供了扎实的理论基础，为其以后从事有关的分销渠道管理工作奠定较为扎实的基础。

教 材：

李先国、杨晶 分销渠道管理（第二版） 北京：清华大学出版社，2015。

参考书目：

- 1.刘燕贞 分销渠道管理 长沙：湖南师范大学出版社，2016；
- 2.柳彩莲 营销渠道管理 上海：上海财经大学出版社，2016。

《管理思想史》课程简介

课程编号：21102241

课程名称：管理思想史（Evolution of Management Thoughts）

课程类别：选修课

内容概要：

本课程的基本理论和基本知识包括：古代管理思想、科学管理理论的形成和发展、古典管理理论的内容和思想、行为科学理论的产生和发展、现代管理理论。只有掌握管理思想的演进过程，才能更好地掌握管理学的基本理论。不懂历史，难懂现在。只知现在的管理理论，不知其由来与发展，就不能深刻认识 and 了解这些管理理论，更难以发展理论。

在学习方法上，按照这样三条线索进行学习：一是时间线，管理思想史是以时间作为主线发展演进的，充分体现了其历史性；二是理论线，管理思想史以理论的发展演进为线索，虽然在发展过程中可以分为若干发展阶段，但是其理论的发展是有其自身规律的；三是人性线，管理理论的发展以人性理论的不断深化为主轴，孕育着对管理最优境界的追求，管理理论的发展是以不断突破对人性的认识为特征的。

改革动向。

教 材：

郭咸刚 西方管理思想史 经济管理出版社，2015。

参考教材：

1. 孙健敏译 管理思想史（第六版） 中国人民大学出版社，2014；
2. 彼得·德鲁克 卓有成效的管理者 机械工业出版社，2009。

《客户关系管理》课程简介

课程编号：21103191

课程名称：客户关系管理（Customer Relationships Management）

课程类别：必修课

内容概要：

《客户关系管理》是市场营销专业一门新兴的、重要的专业核心课程。本课程的突出特点体现在基础知识涉及领域广泛、文理交叉、具体内容跨度大以及多学科间的相互渗透。该课程是基于将先进的管理理念、创新的商务管理机制有机结合起来并通过现代信息技术平台支持来完成实现过程的一门新兴综合性边缘学科。本课程教学的目的是为了使掌握客户关系管理的基本概念、原理和应用，确立以客户为中心的管理理念，基本概念和原理部分以客户关系管理原理、方法和技术的实际应用为目标，重点讲述客户关系管理的基本知识、基本原理和基本技术；应用部分以客户关系管理系统设计开发和呼叫中心的构建为主，介绍客户关系管理应用系统的模型、设计方法和各子系统的相关功能及呼叫中心在 CRM 中的重要作用。

教 材：

江林 顾客关系管理（第四版） 北京：首都经济贸易出版社，2017。

参考书目：

蔡瑞林 客户关系管理 北京：北京交通大学出版社，2015。

《零售学》课程简介

课程编号：21103151

课程名称：零售学（Retail Trading）

课程类别：选修课

内容概要：

本课程是市场营销专业的专业必修课，也可作为其他经济管理专业的选修课，通过学习本课程，学生可以全面系统地了解国内外零售业发展动态，最新零售业概念和理论，商场管理的基本知识和实际运作，深入分析零售管理的热点问题，增强学生的分析问题和解决问题的能力，为今后进入零售企业工作打下良好的基础。

教 材：

零售学教程 王卫红 北京：中国商务出版社，2016

参考书目：

- 1.余伯民，李宁 零售学 大连：东北财经大学出版社，2018；
- 2.(美)迈克尔·利维(Michael Levy)，(美)巴顿 A.韦茨(Barton A. Weitz) 零售学精要 北京：机械工业出版社，2017；
- 3.李骏阳 零售学 北京：科学出版社，2018。

《商务礼仪》课程简介

课程编号: 21103101

课程名称: 商务礼仪 (Business Etiquette)

课程类别: 选修课

内容概要:

《商务礼仪》是一门实践性和应用性很强的课程,它既讲述了当今职业人士必备的礼仪规范,又进一步深入讲述了在商务交往中的操作程序。

通过本课程的讲授,使学生掌握商务礼仪的基本知识和操作方法,并有意识地运用礼仪,帮助学生培养良好优雅的姿容仪态、风度修养,以便今后在职业生涯中提高职业素质和个人魅力,形成良好的人际关系。

该课程作为经济管理专业的基础性课程,为工商管理管理、市场营销及其他相关经济管理学科的学生以后职业生涯奠定了良好的基础,对于工商管理专业、市场营销专业的学生而言,通过该课程的学习认识到很多职场上的商务礼仪,这些知识,在学生以后进入社会,工作或者生活都能起大帮助作用,为生活与工作创造良好的内部环境和外部环境奠定重要基础,更好的发挥自己。

教 材:

1.金正昆 商务礼仪教程(第五版)北京:中国人民大学出版社,2016。

参考书目:

1.何洁、付锋莉 商务礼仪(第六版)杭州:浙江大学出版社,2016;

2.何洁、付锋莉 商务礼仪(第五版)杭州:浙江大学出版社,2015。

《医药物流管理》课程简介

课程编号：21102210

课程名称：医药物流管理（Medical Logistics Management）

课程类别：选修课

内容概要：

本课程是经管类专业的一门专业课程，是以培养技术应用能力为主线，以提高就业位目标，注重突出实用性、先进性。本课程通过与校企合作，对医药企业仓储与配送岗位任务与能力分析，以仓储与配送作业的实际流程为导向。结合学生的认知特点，力求深入浅出，采用多媒体授课的方式来展示学习内容

本课程系统的介绍医药物流企业药品仓储管理、配送管理的基本概念、药品的验收与入库、药品储存与养护、药品出库、药品配送拣货以及药品配送运输管理等方面的内容，在教学过程中引入多种灵活、先进的教学方法与手段。采用先进的网络、多媒体、大量案例与音像资料等工学结合教学手段，采取项目教学法，任务驱动教学法、角色扮演教学法和学生分组讨论法等多种教学方法，实行启发式、互动式教学。实践环节采用边讲边练的教学方法，适应了职业能力的形成规律，学生动手能力高，使学生在学习中深刻体会到配送理论与配送管理实践相互之间的关系，使学生成为学习的行动主体，构建属于自己的经验和知识体系，学会发现问题、分析问题、解决问题，达到教育体现“应用”的目标。

教 材：

张丽青 物流管理 北京：中国中医药出版社，2018。

参考教材：

1. 宋远方 医药物流与医疗供应链管理 北京：北大医学出版社，2007；
2. 陈俊 现代物流管理与实训 北京：清华大学出版社，2016；
3. 张仨举 物流管理 北京：北京大学出版社，2014。

《医院管理学》课程简介

课程编号：21102130

课程名称：医院管理学（Hospital Administration）

课程类别：选修课

内容概要：

医院管理学是管理学的一个分支学科，是研究医院管理现象及其发展规律的科学，其目的是要提高医院工作效率和效果。作为一门应用科学，医院管理学为医院的管理实践提供了理论指导，是卫生管理专业学生一门十分重要的专业课程，也是管理类专业课程重要的选修课程之一。它是运用现代管理理论和方法研究并阐明医院管理活动的本质和规律的科学。医院管理学既与医学科学相联系，又与其他自然科学和社会科学相联系。它是管理学的一个分支学科，也是一门应用学科。《医院管理学》课程是公共管理（卫生管理方向）专业的必修课，是为培养学生对卫生事业管理的重要领域——医院管理的基本理论、基本知识的一门专业课程。学生对医院管理知识的深入理解和掌握，将会加深他们对管理工作的理解，从而为其毕业后的相关实践奠定坚实的基础。

通过本课程的学习使学生基本掌握现代医院管理的概念和思想方法，熟悉医院工作的客观规律及管理方法，了解医院管理的发展方向和国内外医院管理新进展，以及当前医院改革动向。

教材：

张鹭鹭 医院管理学（第二版） 北京：人民卫生出版社，2015。

参考书目：

1. 董恒进、曹建文 医院管理学 上海：复旦大学出版社，2015；
2. 陈绍福、徐捷、胡志 医院管理学教程 合肥：安徽科学技术出版社，2016；
3. 周子君 医院管理学 北京：北京大学医学出版社，2017；
4. 李泽平 现代医院管理学 北京：人民军医出版社，2016。

《卫生事业管理学》课程简介

课程编号：21102231

课程名称：卫生事业管理学(Management of Sanitation Career)

课程类别：选修课

内容概要：

《卫生事业管理学》是介绍管理相关理论、卫生政策和管理技术的综合性课程。根据党和政府的方针政策、人民群众对卫生服务的需求，运用现代管理科学的理论、方法和技术，研究国内外卫生事业管理的基本规律，特别是我国卫生事业管理的基本规律，合理地筹集、分配和利用有限的卫生资源，提高卫生服务的社会效益和经济效益、进而提高人民群众健康水平的系统科学。通过学习本门课程，使学生了解中国卫生事业的历史、现状和发展情况，并在学习与中国国情适应的卫生工作方针、政策的基础上，研究与政策相适应的卫生服务组织管理体系、健康保障制度；研究如何满足日益增长的卫生服务需求、研究在市场经济条件下卫生系统本身的良性运行机制和发展机制。

教 材：

马鸣岗 卫生事业管理 北京：北京医科大学出版社，2013。

参考书目：

梁万年 卫生事业管理学 北京：人民卫生出版社，2007。

《物流管理学》课程简介

课程编号：21102080

课程名称：物流管理学(Logistics Management)

课程类别：必修课

内容概要：

本课程是工商管理专业学生的专业必修课程，在专业融合的前提下，开设本课程有利于学生更好的学习。物流被视为“第三利润源”，因此学好本课程有助于为工商管理专业学生接触到前沿的理论，有利于学生的知识更新。本课程的教学目的旨在使学生掌握现代物流管理的基本概念、理论；熟悉供应链管理方法、供应链基本模型设计；物流系统的构成，物流中心的运作，设计和具体的运营过程及相关的定性与定量分析方法；了解现代物流信息技术的发展与应用，3PL 及 4PL 发展趋势与前景。

教 材：

李严锋 现代物流管理(第4版) 大连：东北财经大学出版社，2016。

参考书目：

1. 钱东人 物流学（第2版） 北京：中国人民大学出版社，2015；
2. 陈俊 现代物流管理与实训 北京：清华大学出版社，2014；
3. 张仨举 物流管理 北京：北京大学出版社，2014；
4. 李东贤 现代物流管理 北京：清华大学出版社，2015；
5. 李剑 物流管理 北京：清华大学出版社，2016；
6. 施丽华、刘娜 现代物流管理 北京：清华大学出版社，2014。

《医药市场营销学》课程简介

课程编号：21103241

课程名称：医药市场营销学（Medical Marketing）

课程类别：选修课

内容概要：

医药市场营销学是建立在经济学、管理学、行为科学以及药学基础上的一门理论与实践相结合的交叉应用性学科。它主要介绍现代市场营销的基本观念以及以市场营销组合为核心的各种市场营销策略。通过本门课的学习，要求学生掌握现代市场营销的基本理论、基本原理和基础知识，增强市场调研、市场分析、市场预测、市场开拓的能力，并能为医药企业进行市场营销策划、实施及营销管理工作。

教 材：

冯国忠 医药市场营销（第三版） 北京：中国医药科技出版社，2015。

参考书目：

- 1.官翠玲 医药市场营销学 北京：中国中医药出版社，2015；
- 2.陈玉文 医药市场营销学 北京：人民卫生出版社，2016。

《供应链与物流管理》课程简介

课程编号：21102201

课程名称：供应链与物流管理（Supply Chain Management）

课程类别：必修课

内容概要：

供应链与物流管理是为市场营销专业本科生开设的专业必修课。它的任务是使学生通过系统地学习现代供应链与物流管理的理论、知识和技能，具备物流规划和设计的能力，培养学生的综合物流管理素质。本课程从供应链管理的概念、理论基础入手，结合供应链管理的战略、组织、技术、方法、模型等的讲授和讨论，使学生对供应链物流管理的基本知识、基本内容、基本方法有一个较全面的了解，更好地为地方经济发展服务。

教 材：

施先亮、王耀球 供应链管理（第3版）北京：机械工业出版社，2019。

参考书目：

- 1.马士华等 供应链管理 北京：机械工业出版社，2016；
- 2.吴秀云译 供应链管理：战略、计划和运作 北京：清华大学出版社，2014；
- 3.柳荣 采购与供应链管理 北京：人民邮电出版社，2018。

《医药企业管理》课程简介

课程编号：21102200

课程名称：医药企业管理（Management of Pharmaceutical Industry）

课程类别：选修课

内容概要：

医药企业管理是工商管理专业的医学特色课程，是一门选修课程。它是一门有关管理的边缘学科，在管理科学体系中占有重要的地位。医药企业文化建立在管理学相关理论的基础上，将医药企业和管理实现了完美的结合。通过学习，使学生系统深化管理学相关学科理论、基础知识和基本技能；掌握医药企业经营与管理的主要内容、策略制定、运作流程以及岗位要求和特点，培养学生对医药企业经营与管理的各项技能，以适应医药企业对高素质技能人才的迫切需要。

课程第一章介绍了管理学的基本理论,并系统地概括出现代医药企业的特点及其管理系统特征。第二章至第四章为企业战略,包含医药企业的组织、文化和战略。第五章至第十章为企业管理实务,包括医药企业科技管理、生产与运作管理、质量管理、供应链管理、财务管理和管理信息系统。本教材将战略管理与管理实务融于一体,形成了一个有机的体系。在注重基础知识讲述的基础上,从不同角度介绍了当前企业管理领域的新理论、新方法,使学生既能掌握学科的基本知识,又能了解学科的新动态。

教 材：

朱民田 医药企业管理（第一版）北京：科学出版社，2018。

参考书目：

1. 邱家学 医药企业管理学 北京：中国医药科技出版社，2012；
2. 史蒂芬·罗宾斯 管理学（第十一版）北京：中国人民大学出版社，2012。

《药事管理学》课程简介

课程编号：21102180

课程名称：药事管理学(Pharmacy Administration)

课程类别：选修课

内容概要：

药事管理是国家对药学事业的综合管理，是药学事业科学化、规范化、法制化管理的总称。药事管理学是药学与法学、管理学、社会学、经济学、心理学、哲学等学科互相交叉渗透而形成的综合性边缘学科。药事管理涉及到药学事业的各个方面及药品研制、生产、经营、价格、广告、使用等环节，形成较为完整的体系，现已发展成为我国医药卫生事业管理的一个重要组成部分。该课程的任务是使学生了解现代药学实践中管理活动的基本内容和原理、方法；明确管理与药品安全有效的关系规律；熟悉药事组织和药品质量管理；掌握药事法律、法规和药师行为准则。是管理方向专业选修课。

本课程采用杨世民主编的第6版教材，学时为32h，根据本科教学加强基础，注重素质，整体优化的原则，本课程强调理论联系实际的原则，强调学生运用药事管理的基本知识分析药学实践活动，以奠定实际工作基础。

教 材：

杨世民 药事管理学（第6版）北京：人民卫生出版社，2016。

参考书目：

田侃、吕雄文 药事管理学 北京：中国医药科技出版社，2016。

《医院服务营销》课程简介

课程编号：21103181

课程名称：医院服务营销（Medical Service and Marketing）

课程类别：选修

内容概要：

医院服务营销，全书共十五章，较为系统地阐述了医疗服务市场的概念、原理和特点。全书结合市场规律，对医疗服务市场中的医疗服务产品、价格、质量、市场需求、竞争、市场环境及营销渠道进行了全面分析。十二章至十五章讲述了不同性质的医疗机构的营销策略，提出了我国现行的医疗保障体系。综观全书，医院服务营销课程形成了完整的理论知识，对于市场营销专业的学生有着非常重要的作用。

教 材：

万鹏骞 医疗服务营销与市场学 北京：科学出版社，2011。

参考书目：

- 1.侯胜田 医疗服务营销 北京：经济管理出版社，2010；
- 2.王学东 营销策划书 北京：清华大学出版社，2010。

《连锁经营理论与实务》课程简介

课程编号：21103201

课程名称：连锁经营理论与实务（Enterprises Chain Operation and Management）

课程类别：选修课

内容概要：

《连锁经营管理与实务》是营销学专业的的延伸课程，提供学生从事连锁经营管理所需的知识，并致力于培养学生的实践能力，是一门理论与实践密切结合的课程。

通过连锁经营的基本概念、基本原理、基本类型及其发展历史的讲授和研究，是学生掌握连锁经营的基本理论，研究当今连锁经营发展的最新趋势，提高学生的知识水平和理论水平；通过对连锁企业的文本案例的分析讨论、模拟案例的操作，使学生了解连锁企业的运营现实，加强感性认识；运营理论知识对企业实际进行分析，培养和提高学生的综合分析能力和语言表达能力。

教 材：

肖怡 企业连锁经营与管理（第五版） 大连：东北财经大学出版社，2018。

参考书目：

1.肖怡 企业连锁经营与管理（第四版） 大连：东北财经大学出版社，2015；

2.赵明晓 连锁管理与实务（第二版） 大连：东北财经大学出版社，2018。

《国际贸易理论与实务》课程简介

课程编号：21101041

课程名称：国际贸易理论与实务(Theory and Practice of International Trade)

课程类别：选修课

内容概要：

《国际贸易理论与实务》课程分为理论和实务两部分。学生通过理论部分的学习，必须弄清国际贸易产生发展的基本理论，掌握国际贸易主要政策与措施，了解国际经贸变化发展趋势；通过实务部分的学习，必须全面掌握进出口业务专业知识和技能，学会运用国际贸易惯例和国际贸易法律知识，解决实际问题。

《国际贸易理论与实务》是一门实践性很强的综合性应用学科。它涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与保险等学科的基本理论与基本知识，在学习过程中，必须掌握正确的方法并注意下列事项：

第一、要贯彻理论联系实际的原则。在学习中，要以国际贸易的基本理论和国家的对外方针政策为指导，要将理论部分中所学到的基础理论和基本政策，在实务部分中加以具体运用，以便理论与实践、政策与业务有效地结合起来，不断提高分析与解决实际问题的能力。

第二、要注意业务与法律的联系。国际贸易法律课的内容同本课程内容关系密切，因为，国际货物买卖合同的成立必须经过一定的法律步骤，国际货物买卖合同是对合同当事人双方有约束力的法律文件，履行合同是一种法律行为，处理履约当中的争议实际上是解决法律纠纷问题、在学习本课程时，应同有关法律课程的内容联系起来考虑，即要求从实践和法律两个侧面来研究本课程的内容。

第三、要贯彻“洋为中用”的原则。为了适应国际贸易发展的需要，国际商会等国际组织制定了有关国际贸易方面的各种规则，这些规则已成为当前国际贸易中公认的一般国际惯例，它被人们普遍接受和经常使用，并成为国际贸易界从业人员遵守的行为准则因此，在学习本课程时，我们必须根据“洋为中用”的原则，结合我国国情来研究一些通行的惯例和普遍实行的原则，并学会灵活运用国际上一些行之有效的贸易方式和习惯做法，以便按国际规范办事，在贸易做法上加速同国际市场接轨。

第四、要把“学”和“用”结合起来。由于本课程是一门实践性很强的应用学科，故在学习过程中，要重视案例、实例分析和平时的操作练习，并结合到校外参观、实习，以增强感性知识，加强基本技能的训练，真正做到学以致用。

教 材：

傅龙海 国际贸易理论与实务(第7版) 北京:对外经贸大学出版社, 2017

参考书目：

薛荣久 国际贸易 北京：对外经贸大学出版社，2016。

《市场营销学》课程简介

课程编号：21103211

课程名称：市场营销学

课程类别：选修课

内容概要：

《市场营销学》是一门交叉学科，它既包含了市场营销的基本理论，又借鉴了社会主义市场经济条件下企业实践的最新成果。

通过本课程的讲授，使学生掌握扎实的市场营销理论，培养开阔的市场营销视野及辩证的市场营销观念，培养学生既有牢固的基本理论素养，又能够主动汲取前沿理论，既能够对战略层面的营销问题有宏观的思考和把握，又能够对策略层面的问题有清晰地认识和操作能力。

课程作为经济管理专业的基础性、核心性课程，为工商管理管理、市场营销及其他相关经济管理学科的学生奠定专业基础，对于工商管理专业的学生而言，该课程的学习搭建起营销学的知识体系和框架，是继续学习后续营销策划、营销调研、国际营销等分支课程的关键，对于学生毕业后到工商企业从事市场营销工作、进入政府管理部门、跨专业求职和继续深造都打下良好的知识基础。

教 材：

郭国庆主编《市场营销学通论》（第七版） 北京：中国人民大学出版社，2018。

参考书目：

- 1.郭国庆主编《市场营销学》（第六版） 北京：中国人民大学出版社，2016；
- 2.郭国庆主编《市场营销学》（第五版） 北京：中国人民大学出版社，2014。

《医院管理学》课程简介

课程编号：21102151

课程名称：医院管理学（Hospital Administration）

课程类别：选修课

内容概要：

医院管理学是管理学的一个分支学科，是研究医院管理现象及其发展规律的科学，其目的是要提高医院工作效率和效果。作为一门应用科学，医院管理学为医院的管理实践提供了理论指导，是临床专业学生一门十分重要的选修课程。它是运用现代管理理论和方法研究并阐明医院管理活动的本质和规律的科学。医院管理学既与医学科学相联系，又与其他自然科学和社会科学相联系。它是管理学的一个分支学科，也是一门应用学科。《医院管理学》课程是公共管理（卫生管理方向）专业的必修课，是为培养学生对卫生事业管理的重要领域——医院管理的基本理论、基本知识的一门专业课程。学生对医院管理知识的深入理解和掌握，将会加深他们对管理工作的理解，从而为其毕业后的相关实践奠定坚实的基础。

通过本课程的学习使学生基本掌握现代医院管理的概念和思想方法，熟悉医院工作的客观规律及管理方法，了解医院管理的发展方向和国内外医院管理新进展，以及当前医院改革动向。

教材：

张鹭鹭 医院管理学第二版 北京：人民卫生出版社，2015。

参考书目：

1. 董恒进、曹建文 医院管理学 上海：复旦大学出版社，2015；
2. 陈绍福、徐捷、胡志.医院管理学教程 合肥：安徽科学技术出版社，2016；
3. 周子君 医院管理学 北京：北京大学医学出版社，2017；
4. 李泽平 现代医院管理学 北京：人民军医出版社，2016；
5. 方鹏骞 现代医院管理教程 北京：人民卫生出版社，2017。