

工商管理专业培养方案

一、专业培养目标及培养要求

1、培养目标

工商管理专业适应社会主义建设需要，培养德、智、体、美全面发展的面向世界、面向未来、具有经济头脑、创新精神、竞争意识和实践能力，懂经营、懂现代管理理论和方法，具有较强外语能力和计算机操作技能的，适应社会主义建设需要，培养德、智、体、美全面发展的现代化工商企业的高级管理人才。

2、培养要求（按知识、能力、素质提出对毕业生的总体要求）

- 经过四年的培养，毕业生的知识结构、能力要求、和专业素质应达到下列基本要求：
知识结构要求：人文及自然科学知识、专业基础知识和专业知识、信息技术及分析工具性知识、国际政治、经济、地理、文化知识。
- 能力结构要求：具备沟通能力和人际交往能力、获取知识的能力、应用知识的能力、实践动手能力、创新能力和组织协调能力知识要求。
- 素质结构要求：具备思想道德素质、职业道德素质、文化素质、专业素质和身心素质。

二、专业人才培养标准

1、具备管理学科基础知识

作为从事企业工商管理的高素质复合型人才，本专业学生应具有良好的职业素养，具备良好的职业道德，掌握现代企业运营所需要的各方面的综合知识，包括经济学、数学、统计学、管理等基础知识以及财务管理、市场营销管理、运营管理等专业知识。

1.1 管理学科基础知识

掌握经济学、统计学、经济法和数学等工商管理基础知识，是现代企业管理人才掌握系统观念，学习更专业学科知识的基础。

1.1.1 学科基础理论

经济学介绍了市场经济的基本理论范畴，市场经济的一般规律，市场机制与市场结构，需求、供给及价格对经济的调节，消费者行为理论，生产者行为理论等。通过对微观经济学的学习，使学生理解经济学的基本概念，熟悉经济学的分析方法，进而将其应用在工商管理决策当中。

1.1.2 数学与统计学

了解数学和经济学的基础知识，具备处理随机现象的基本思想和方法，运用概率统计方法分析和解决问题，能够运用计量经济学知识进行建模。具备定量思维方式，学会数学建模的相关知识，能够应用数学方法来定量解决工商管理中的问题，并为进一步的深造打下基础。通过统计学这门方法论课程的学习，使学生接受概率与统计学方面的基础知识，具备应用计算机分析和处理统计数据的能力，培养学生统计实践应用能力，使学生迅速实现从知识到能力的转变。

1.1.3 计算机及信息技术知识

通过计算机基础课程的学习，具备在一定的深度和广度的计算机技术、网络技术和数据库技术。掌握常用文献数据库、电子图书、因特网搜索引擎等的具体使用方法，以及信息检索的基本理论和操作技能，掌握本专业领域所需的相关计算机编程能力，为市场研究打下基础。

1.1.4 心理科学基础

具备心理学基础理论知识，熟悉社会心理学理论及研究方法，熟悉认知心理学理论及研究方法，能够运用社会心理学及认知心理学理论分析管理行为和消费行为，并解决工商管理中人的行为问题。

1.2 工商管理专业基础知识：

1.2.1 管理及组织行为

掌握组织行为学的基本概念、基本方法和基本理论，明确组织行为学的整个功能是发挥人的潜力，提高工作效率，实现高效率管理；在此基础上，使学生初步具有从事一般实际工作的组织能力以及分析问题和解决问题的能力。

系统掌握人力资源管理的基本原理、原则和方法，对人力考核、报酬、激励、劳动关系管理以及人力资源管理发展趋势有全面的认识。并使学生能结合案例和企业的实际情况灵活加以运用，使学生提高人力资源管理方面分析问题和解决问题的能力。

掌握企业战略管理中的基本概念、原理及方法，熟悉基本的企业战略分析、制定、实施等方法和工具，使学生学会观察和分析影响企业经营的社会经济环境的变化，时刻关注企业战略发展的新动向，能够做初步的战略规划方案。

1.2.2 会计及财务管理：

掌握企业会计准则和企业会计核算的基本程序和具体方法，理解会计基本理论的，能够运用会计基本方法和技能，掌握各种报表编制的方法，为学生即将从事的会计工作打下坚实

的基础,成为理论与实际相结合的高素质技能型会计专业人才。掌握的管理会计的基本理论、基本方法、基本内容和主要应用领域,培养辨析财务理论和解决企业现代会计中预测、决策、规划、考核与评价问题的能力。

掌握财务管理基本理论和方法,以及财务管理研究最新动态,学会运用会计和其它经营信息,分析预测经济主体的发展前景,进行科学决策、控制和规划,为创建有效率的企业财务管理体系奠定基础。

1.2.3 生产与服务管理

熟悉企业的生产流程与服务流程,熟悉生产与服务计划、控制管理、企业信息系统管理理论与方法。掌握质量管理理论与方法。

1.3 市场营销专业知识

全面掌握市场营销专业知识,建立客户导向的营销理念,掌握消费者行为理论,掌握市场营销研究的各种理论、方法方面的知识。

1.3.1 市场营销理论

掌握消费者行为理论知识,熟悉国内外前沿理论,学会观察顾客和消费者的外在行为表现,并懂得透过外在行为探寻消费者内在心理,或者通过分析消费者心理,推测消费者的消费行为,掌握消费者行为分析的基本手段和方法,从而更有效地制定营销策略。

1.3.2 市场营销定量分析理论与方法

熟悉用数学、统计、信息技术对各类营销问题进行分析研究的理论和方法。熟悉受信息技术和网络影响的市场环境,以及解决该环境下分析和解决问题的理论和方法。

1.3.3 市场营销管理

掌握产品与品牌管理、渠道管理、销售管理、促销管理、服务营销理论与方法,掌握识别市场需求,细分市场以及针对目标市场所采取的营销组合策略如产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等方面的市场营销知识。

1.3.4 国际营销环境与竞争

掌握全球化趋势下市场营销外部环境和内部环境的分析方法和理论体系,掌握行业竞争态势和竞争者分析方法,为制定适合环境的市场营销策略提供知识基础。熟悉跨文化营销管理的理论和相关知识。

2、工商管理 and 市场营销研究能力

2.1 商务沟通能力

具有良好的文字、语言、和外语沟通能力,团队工作及谈判协调能力。胜任专业论文、

各类应用文体的写作。

2.1.1 通过毕业设计、实践环节等，训练学生金融业务相关文件的编撰能力。熟悉项目任务书基本内容与格式，能根据拟定项目，编写项目任务书，并具备编写可行性分析报告的初步能力。通过毕业论文设计、英语写作等训练，提高学生的写作能力，

2.1.2 适应从事国际商务的能力

通过大学英语、专业英语、双语教学等课程的学习，提高学生本专业的英语阅读、写作和对话能力，能熟练阅读专业英语资料，并能用外语进行技术交流。

通过与国外的学术交流、专业英语的培训，使学生了解国际市场发展动态，培养良好外语沟通能力。具有较宽的国际商务知识面，了解国际市场的现状和发展。培养学生的全球化的视野，并结合中国市场的发展，从全球的视野和思维方式思考和解决问题。

2.1.3 团队工作及谈判协调能力

具备协作精神、适应能力以及组织管理能力，具有妥善处理人际关系、正确地开展社会交往、解决现实问题和矛盾的能力，加强团队成员间的合作与沟通，实现有效的交流与反馈。具备团队合作的精神、环境的适应能力和领导管理团队的能力。综合利用各类专业知识，培养商务谈判与解决冲突的能力。

2.2 分析和解决问题的能力

2.2.1 发现问题的能力

通过在课程教学中培养学生的质疑和批判性思维，引导学生发现问题，鼓励学生提出问题，培养学生发现工商管理中存在的有价值问题的能力。

2.2.2 分析能力

通过工商管理基础课程和专业课程的学习，掌握分析工商管理现象的理论体系和思维方式，从而获得运营科学理论分析现实工商管理问题的能力。

2.2.3 创新想象力

培养学生超越常规思维的约束，冲破现有知识经验的局限，以大胆、奇特的方式对所要解决的问题进行创造性的探索，并找到解决问题途径的创新想象能力。

2.3 计划及执行能力：

2.3.1 发现市场机会的能力

具备市场需求预测能力、消费者心理和购买行为的预测能力，企业成长发展前景的预测能力。通过市场研究、市场环境和竞争者分析、顾客分析等知识学习，掌握企业资源优劣势和市场威胁与机会的分析方法，培养发现具有良好前景的市场机会的能力。

2.3.2 系统思考

通过企业战略管理、信息管理信息、管理财务等课程的学习，使能够站在系统、动态、整体的角度思考和解决问题，获得系统思考的能力。

2.3.3 控制能力

通过管理学、管理与组织行为、管理会计等课程的学习，使学生掌握对企业管理各方面运作进行控制和反馈的能力。

2.3.4 风险决策能力：

掌握运营科学决策行为理论，对现实问题进行分析和决策的能力。具有风险识别、风险概率和后果评估，风险报酬和收益估算，具备正确评估可承受水平风险水平和进行适当风险承担的能力。

2.4. 研究创新能力

2.4.1 具备独立思考的能力

具备独立思考的能力，对我国和国际市场的发展趋势具备一定独到的见解，并转化成营销创新能力。了解本学科的理论前沿和发展动态，能针对市场营销领域的实际问题提出具有创新性的解决途径和观点。对国内外市场的发展趋势具备一定独到的见解。了解市场发展趋势，具有先进的营销理念，紧跟市场变化，不盲从，能针对市场营销领域的实际问题运用创新性思维提出问题的解决方案。

2.4.2 融合贯通跨专业知识及理论联系实际的能力

具有经济学、管理学、心理学、工程学相结合的复合知识和能力，并运用到营销管理创新中。具有能够探索、运用新的技术手段、管理理论、方法和业务途径来实现工作目标的能力，能将所学理论运用于营销实践的能力；

2.4.3 信息技术应用能力

具备应用现代化高科技以及信息工具的能力，适应市场信息化、网络化发展的情况，通过信息技术课程的学习，使学生了解目前网络营销发展趋势，培养学生在信息化环境下进行营销管理和研究的能力。同时也能培养学生利用网络搜集的信息独立进行分析研究的能力，培养复合型人才。具备在一定的深度和广度的计算机技术、网络技术和数据库技术。

掌握常用文献数据库、电子图书、因特网搜索引擎等的具体使用方法，以及信息检索的基本理论和操作技能，为进行市场营销研究做好数据资料收集的前期准备。利用各种信息查询工具，收集市场营销领域最新科研成果和案例，了解市场营销发展态势，把握最新技术手段、科技成果及管理方法，并能应用营销管理实践中。

2.4.4 市场营销研究能力

了解本学科的理论前沿和发展动态，具备新技术的跟踪学习能力，具有敏锐的市场洞察力，应变能力和管理创新能力。关注本学科国际发展最新动向，有较强的获取、更新和应用本专业能力的知识的能力，掌握国内营销研究与管理变化动向，缩短与国际先进水平的距离。能够探索、运用新的技术手段和管理方法洞察国内外市场营销管理的现状和发展趋势，开发出适应市场变化的营销策略方案。

3、综合素质

作为卓越的金融领域后备人才，本专业毕业生除了应具备本专业知识和能力以外，还应培养良好的人际交往技能、团队协作和沟通能力、具有良好的职业道德、具有健康的体质和心态。

3.1. 具有良好的职业道德及社会责任

通过各类法律相关课程的学习和实践活动，树立遵纪守法的观念，培养良好的职业道德素质和社会责任。

3.1.1 遵纪守法

使学生理解我国现行各类法规政策，具备识别犯罪、违规的能力。学生能够运用所学的知识分析企业及个人地纳税行为的正确性，培养学生遵纪守法的观念。

3.1.2 职业道德

通过课程和实践活动，理解掌握企业运作和行业规范。了解职业行为准则的基本内容，并能自觉执行职业行为准则。通过职业生涯与发展规划、国家各项法规、“经管讲坛”系列学术报告会、及应用知识讲座等，了解从事工商管理工作人员的职责和义务，训练学生良好的职业道德及素质。

3.1.3 社会责任

主动关心国家和社会发展，积极参与社区活动，参与公益事业，自觉履行公民义务和责任。在工作中牢记自己的社会责任。

3.2 健全的体魄和心理

通过大学生心理学、思想道德与修养等课程的学习，培养乐观积极向上的心态，乐于助人，德、智、体、美全面发展。

3.2.1 具有良好的体质

通过参加体育课程和各项体育活动，使学生具有良好的体魄。良好的体质才能适应各种工作环境，和体力方面的压力。

3.2.2 培养良好的心理素质

熟悉各类人群的性格特点，培养良好的职业素养，训练气度与胸怀，具有良好的人际关系协调能力。有良好工作环境适应能力，了解不同行业的工作环境，树立吃苦耐劳的思想，能在各种工作环境中快速转变角色，有良好的工作环境适应能力。

3.2.3 职业形象把握

培养良好的职业心理，具备职业适应能力，能够进行职业角色扮演，根据职业性质展现合适的职业角色形象。

三、学制与学位

学制：四年

学位：管理学学士

四、专业特色

培养理工科背景与工商管理专业的结合，掌握市场营销前沿理论，有调查、分析、解决问题、及沟通能力，具备坚实的数据处理和分析技能，有开放的国际视野和外语应用能力的现代管理人才。

五、主干学科与专业核心课程

主干学科：管理学

专业核心课程：包括学科和专业基础课、专业课和专业方向课。

六、主要实践教学环节及基本要求

主要实践教学	基 本 要 求
军事技能训练	完成解放军条令条例教育与训练、轻武器射击、战术、军事地形学及综合训练
课程设计及实习	所选理工科专业相关的课程设计及实习所要求掌握的实践知识和能力。
统计软件应用	熟悉常用的统计分析软件，能熟练运用软件解决实际问题。
市场调查研究	能够运用市场营销理论、相关知识、及方法搜集和分析数据，以解决市场调研的问题。

毕业实习与毕业设计	培养学生自我学习及独立分析问题、解决问题的能力。高质量完成毕业设计（论文）任务，答辩合格。
-----------	---

七、毕业学分基本要求

课程体系		学分要求	
通识与公共基础课程	思想政治类	14	49
	军事类	3	
	通识教育类	16	
	外语类	12	
	体育类	4	
学科与专业基础课程	计算机类	6	64
	数学类	16	
	学科基础课（学院平台课）	24	
	专业基础课程	18	
专业（专业方向）课程	专业课程	36	39
	专业实验、实践	3	
毕业设计（论文）		16	16
课外创新实践		2	2
合计			170

八、课程设置细化表

课程类型	课程代码	课程名称	课 程 性 质	总学 分	课 内 实 践 教 学 学 分	开 课 学 期	开课学院
		思想道德修养及 法律基础	必修	3	1	2 学期	政治学院
		中国近现代史纲 要	必修	2		1 学期	政治学院
		马克思主义基本 原理	必修	3	1	4 学期	政治学院
		毛泽东思想和中 国特色社会主义 理论体系概论 I	必修	3	1	5 学期	政治学院

通识与公共基础课程 共 49 学分，必修 43 学分， 限选 2 学分，任选 4 学分		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 II	必修	3	1	6 学期	政治学院	
		军事理论	必修	2	1	1 学期	武装部	
		军事技能训练	必修	1	1	短 1 学期	武装部	
	通识教育类课程要求修读 16 学分，具体修读规定详见相应年级《西南交通大学通识教育选修手册》							
		英语 I	必修	4		1 学期	外国语学院	
		英语 II	必修	4		2 学期	外国语学院	
		通用学术英语	必修	2		3 学期	外国语学院	
		高级英语 B	限选 2 学分	2		4 学期	外国语学院	
		职场英语		2		4 学期	外国语学院	
		英语口语-交际与文化		2		4 学期	外国语学院	
		英语口语-思辨与学术		2		4 学期	外国语学院	
		体育 I	必修	1		1 学期	体育部	
		体育 II	必修	1		2 学期	体育部	
		体育 III	必修	1		3 学期	体育部	
	体育 IV	必修	1		4 学期	体育部		
	大学计算机基础 B	必修	3	1.5	1 学期	信息学院		
	数据库基础及应用 B	必修	3		2 学期	信息学院		
	高等数学 BI	必修	5		1 学期	数学学院		
	高等数学 BII	必修	5		2 学期	数学学院		
	线性代数 B	必修	3		1 学期	数学学院		

学科与专业基础课程 共 64 学分，必修 22 学分， 限选 42 学分		概率论与数理统计 B	必修	3		2 学期	数学学院
		基础会计学	限选 24 学 分 (注： 标注* 的课程 为工商 专业必 选课程)	3		3 学期	经管学院
		财务管理		3		4 学期	经管学院
		西方经济学 I*		3		2 学期	经管学院
		生产管理		3		4 学期	经管学院
		运筹学 I		3		3 学期	经管学院
		应用统计*		3		3 学期	经管学院
		经济法		3		3 学期	经管学院
		市场营销学*		3		3 学期	经管学院
		组织行为学*		3		3 学期	经管学院
		管理信息系统		3		4 学期	经管学院
		商务沟通*		3		4 学期	经管学院
		管理学原理		3		2 学期	经管学院
		Research Methods in Management(本硕)		本硕 合开 及跨 专业 课程 限选 18 学 分	3		6 学期
		Behavior Research Methods (本硕)	3			6 学期	经管学院
		行为经济学	3			6 学期	经管学院
		高级语言程序设计	4			1 学期	信息学院
		高级语言程序设计实验	1			1 学期	信息学院
		数据库技术与应用	2			6 学期	信息学院
		数据库技术与应用实验	1			6 学期	信息学院

		数据挖掘与云计算		2		7 学期	信息学院
		普通心理学 I		3		1 学期	心理教育中心
		普通心理学 II		3		2 学期	心理教育中心
		认知心理学		4		4 学期	心理教育中心
		社会心理学		4		5 学期	经管学院
专业（专业方向）课程 共 39 学分， 必修 39 学分	专业（专业方向）课程 36 学分	市场营销研究 Marketing Research	必修	3	1	5 学期	经管学院
		消费者行为 Consumer Behavior	必修	3	1	5 学期	经管学院
		市场营销工程 Marketing Engineering	必修	3	1	5 学期	经管学院
		产品及品牌管理 Product and Brand Management	必修	3		5 学期	经管学院
		市场营销渠道 Marketing Channels	必修	3		6 学期	经管学院
		促销与广告管理 Promotion and Advertisement Management	必修	3		6 学期	经管学院
		服务营销 Service Marketing	必修	3		6 学期	经管学院
		国际营销 International Marketing	必修	3		6 学期	经管学院

		企业战略管理 Strategic management	必修	3		7 学期	经管学院
		创业学 Entrepreneurship	必修	3		7 学期	经管学院
		人力资源管理 Human Resource Management	必修	3		7 学期	经管学院
		薪酬与绩效管理 Salary and Performance Management	必修	3		7 学期	经管学院
	专业实验、 实践（暑期 实习等），3 学分	认识实习	必修	1		短 1	经管学院
		统计软件应用 I	必修	1		短 2	经管学院
		统计软件应用 II	必修	1		短 3	经管学院
毕业设计（论文）共 16 学分		工商管理专业毕 业论文	必修	16		8 学期	经管学院
课外创新实践		课外创新实践	必修	2		7 学期	经管学院

*课外创新实践 2 学分由学生按照《西南交通大学创新实践学分认定与管理办法》规定修习并取得；

*为强化《军事理论》课程与实践相结合的效果，将理论教学的 1 学分（16 学时）集中在第一个短学期的军训环节中进行授课；

*形势与政策课程开课学期为 1-7 学期，每学期 16 学时；

九、知识能力矩阵

类课程	II																										
	通用学术英语										1	1															
	高级英语B										1	1															
	职场英语										1	1															1
	英语口语-交际与文化										1	1															1
	英语口语-思辨与学术										1	1															1
体育 I-IV																										1	
学科与专业基	计算机基础B			1																		1					
	多媒体技术			1																			1	1	1		

基础课程	术及应用数据库及应用B																															
	高等数学BI	1	1															1	1			1	1	1	1	1						
	高等数学BII	1	1															1	1			1	1	1	1	1						
	线性代数B	1	1															1	1			1	1	1	1	1						
	概率论与数理统计B	1	1				1				1							1	1			1	1	1	1	1						
	*会计学						1								1	1					1	1		1								
	*财务管理						1								1	1								1								
*西方经济学I	1												1	1	1							1	1									

业 基 础 课 程	Manag ement																							
	Behav ior					1	1										1	1		1				
	Resea rch Metho ds																							
	财 务 报 表 分 析					1									1	1		1						
	操 作 系 统 原 理		1											1				1		1				
	数 据 结 构 原 理 A		1			1								1	1			1		1				
	数 据 库 原 理 与 应 用		1			1	1							1	1			1		1				
	数 据 挖 掘 技 术		1											1	1			1		1				
	计 算 机 程		1															1		1				

业 （ 专 业 方 向 ） 课 程	业 课 程	营 销							4	4	4	4		4					4	4	4	4	4						
		研 究																											
		Marke ting Resea rch																											
		消 费 者 行 为								1		1	1		1					1	1	1		1					
		Consu mer Behav ior																											
		市 场 营 销 工 程								1+	1+	1+								1+	1+	1+		1+					
		Marke ting Engin eerin g								2	2	2								2	2	2		2					
		产 品 及 品 牌 管 理							1		1	1		1						1		1		1					
		Produ																											

