

厦门大学嘉庚学院工商管理专业（专科起点本科）人才培养方案（120201K）

（2024年）

一、培养目标

本专业培养践行社会主义核心价值观，适应数智时代经济建设需要，具有人文精神与科学素养，掌握管理基本原理和现代企业管理基本理论、基本知识和基本方法，熟悉国际、国内经营环境和现代工商企业经营活动，具备国际视野、本土情怀、团队精神和沟通技能，能在各类企事业单位以及行政部门，从事运营管理、人力资源管理、营销管理等管理工作，能适应进一步深造学习的需要，担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有创新精神、实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型高素质人才。

二、培养规格

1. 素质要求

- 1.1 具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观，具有良好的公民意识和社会责任感
- 1.2 具有国际视野，具备专业素养，具有开拓创新、吃苦耐劳、勇于担当的新时代企业家精神
- 1.3 具有良好的人文与科学素养，具有较高的审美情趣、文化品位
- 1.4 具有良好的从事经济管理工作所需要的职业道德、职业健康、安全和服务意识，具有良好的身体素质和心理素质

2. 能力要求

- 2.1 具有自主学习和终身学习的意识和能力，具有收集处理信息、获取新知识的能力
- 2.2 能够应用管理理论和方法分析并解决理论与实践问题
- 2.3 具有较强的人际沟通、组织协调及语言与文字表达能力，具有环境适应和团队合作能力
- 2.4 具有一定的创新创业意识和实践能力，符合经济与社会持续发展的要求
- 2.5 适应现代信息科技发展要求，能够借助计算机处理有关事务，掌握较好的英语听说读写技能

3. 知识要求

- 3.1 掌握数学、经济学、统计学等基础学科的理论与方法
- 3.2 掌握现代管理理论，掌握管理学、人力资源管理、市场营销、运营管理、财务管理、创业学等理论知识与方法，形成良好的管理思维
- 3.3 掌握企业管理的定性、定量分析方法，能运用管理分析工具对企业经营环境等做出正确的判断和决策，形成一定的数据管理思维
- 3.4 掌握从事管理工作所需的自然科学知识、人文社会科学知识等。

三、学制及学习年限：学制二年，学习年限二至三年。

四、毕业学分要求：不低于75学分。

五、授予学位：管理学学士。

课程设置与学分分配表

类别		课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计			
			合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下
技能教育模块	技能必修课	技能必修课	6	4	2	128	64	64	3	3		
		大学英语III	3	2	1	64	32	32	2+2			
		大学英语IV	3	2	1	64	32	32		2+2		
通识教育模块	通识必修课	通识必修课	8	6	2	160	104	56	3	3	1	1
		《形势与政策》每学期开设至少8学时，在综合考核合格的基础上，统一至毕业前最后一学期给定1学分。										
		中国近现代史纲要	3	2	1	48	32	16	2+1			
		马克思主义基本原理	3	3		48	40	8		3		
		思想政治理论课实践	1		1	32		32			2	
		形势与政策	1	1		32	32					2
专业教育模块	专业必修课	专业必修课	33	31	2	528	466	62	14	12	7	
		学科平台课	12	12	0	192	192	0	8	4		
		管理学原理	3	3		48	48		3			
		管理经济学	2	2		32	32		2			
		会计学原理	3	3		48	48		3			
		统计学原理	4	4		64	64			4		
		专业必修课	21	19	2	336	274	62	6	8	7	
		人力资源管理	3	3		48	42	6	3			
		营销学原理	3	3		48	48		3			
		企业战略管理	2	2		32	32			2		
		企业运营管理	3	3		48	40	8		3		
		财务管理	3	3		48	48			3		
		管理信息系统	2	2		32	24	8			2	
		实用商务数据分析	3	2	1	48	24	24			2+1	
		创新创业实训	2	1	1	32	16	16			1+1	
		专业教育模块	专业选修课	专业选修课	16	14	2	256	205	51	5	5
修读要求： 1. 专业选修课应至少取得16学分，分设课程组A和课程组B。 2. 课程组A是本专业的核心选修课程，包括市场营销、人力资源管理、运营管理、管理工具等管理领域课程，以进一步夯实学科专业基础，拓宽知识结构，提升学生创新思维和实践能力； 3. 课程组B为特色课程，在第1-3学期灵活开设，建议修读门数不超过2门。												
课程组A												
消费者行为学	3			3		48	48				3	
市场调查与预测	3			2	1	48	32	16		2+1		
供应链管理	2			2		32	24	8			2	
项目管理	3			3		48	40	8	3			
电子商务概论	3			2	1	48	32	16	2+1			
组织行为学	3			3		48	42	6		3		
绩效与薪酬管理	2			2		32	32			2		
客户关系与客户智能	2	2		32	26	6			2			

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期、周学时/学分合计				
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	
	国际企业管理	2	2		32	32				2		
	商业伦理与企业社会责任	2	2		32	24	8		2			
	企业管理案例分析	2	1	1	32	16	16			1+1		
	新商科大数据应用专题讲座	2	2		32	32		2				
	创新创业与领导力	2	2		32	26	6			2		
	课程组B											
	咖啡馆投创与管理	2	1	1	32	16	16					
	葡萄酒品鉴与管理	2	1	1	32	16	16					
	商务礼仪	2	2		32	24	8					
	实习与实践	12		12	14+22周	2	12+22周		1		11	
	劳动教育	1		1	14	2	12				1	
	教学实践:市场调查与分析	1		1	2周		2周		2周			
	毕业实习(工管)	4		4	8周		8周				8周	
	毕业论文/设计(工管)	6		6	12周		12周				12周	
学分、学时总计及学分学期分布		75	55	20	1086	841	245	25	24	14	12	

学期教学活动安排情况

项目周数 学年学期		课程教学周	实践教学周	复习考试周	毕业实习	毕业论文 (设计)及答辩	教研活动周	合计
一	1	16		2			1	19
	2	16	2	2			1	21
二	3	16		2		12	1	19
	4	16		2			1	31
合计		64	2	8	8	12	4	90

备注：教研活动周于期末考试后进行，学生不需参与。