

全国普通高等学校 本科工商管理类专业 育人指南

教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会 组编

 高等教育出版社



全国普通高等学校本科工商管理类 专业育人指南

Quanguo Putong Gaodeng Xuexiao Benke Gongshangguanli Lei
ZhuanYe Yuren Zhinan

教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会 组编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书是教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会为了深化高等教育教学改革,提高高等教育质量,推进高等教育宏观决策的科学化和民主化改革,发挥各科类专家学者对教学改革与建设的研究和指导作用而组织编写的。

本书分为两篇,共 11 章,涉及工商管理、人力资源管理、会计学与财务管理、市场营销、旅游管理五个专业的育人指南及其研究报告。育人指南围绕相关专业的培养目标与要求、人才的培养流程、理论教学、实验教学、实践教学、案例教学六大方面,系统设计了各专业的主要课程、课程大纲、教学活动、能力训练活动、素质提升活动等。研究报告则从实际出发,按照以上六大方面系统研究了工商管理类专业学生的培养模式,提出了可以逐步实施的专业认证制度的建议。

本书可为开设工商管理、人力资源管理、会计学与财务管理、市场营销、旅游管理等工商管理类专业的院校提供指导,也可为相关部门的教育改革提供参考。

图书在版编目(CIP)数据

全国普通高等学校本科工商管理类专业育人指南/
教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会组编.

—北京:高等教育出版社,2010.5

ISBN 978-7-04-028597-0

I. ①全… II. ①教… III. ①工商行政管理—人才—
培养—高等学校—教学参考资料 IV. ①F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 055447 号

策划编辑	张冬梅	责任编辑	丁孝强	封面设计	于涛	责任绘图	尹莉
版式设计	马敬茹	责任校对	殷然	责任印制	朱学忠		

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	咨询电话	400-810-0598
邮政编码	100120	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landracom.com
印 刷	山东省高唐印刷有限责任公司		http://www.landracom.com.cn
		畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	787×1092 1/16	版 次	2010 年 5 月第 1 版
印 张	21	印 次	2010 年 5 月第 1 次印刷
字 数	510 000	定 价	68.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 28597-00

编委会名单

主任委员：

席酉民(西安交通大学)

副主任委员(以姓氏笔画为序)：

伊志宏(中国人民大学)

李维安(南开大学)

赵曙明(南京大学)

孙 铮(上海财经大学)

杜 江(国家旅游局)

谢志华(北京工商大学)

委员(以姓氏笔画为序)：

马 勇(湖北大学)

田卫民(云南大学)

田志龙(华中科技大学)

刘延平(北京交通大学)

李廉水(南京信息工程大学)

杨学义(西安财经学院)

陈 收(湖南大学)

陈章武(清华大学)

罗 飞(中南财经政法大学)

赵惠芳(合肥工业大学)

徐向艺(山东大学)

郭泽光(山西财经大学)

高 峻(上海师范大学)

梁 磊(浙江工业大学)

雷涯邻(中国地质大学(北京))

王化成(中国人民大学)

田也壮(哈尔滨工业大学)

刘永泽(东北财经大学)

张宗益(重庆大学)

李燕萍(武汉大学)

汪 波(天津大学)

陈启杰(上海财经大学)

孟 焰(中央财经大学)

侯光明(北京理工大学)

赵德武(西南财经大学)

涂 平(北京大学)

高 闯(首都经济贸易大学)

高俊山(北京科技大学)

隋广军(广东外语外贸大学)

蔡 莉(吉林大学)

秘书长：

葛 京(西安交通大学)

前 言

伴随着中国特色社会主义市场经济体系的不断完善,管理学在诸多学科门类中的地位日益突出,尤其是自从成为一个独立的学科门类以来,管理教育得到了持续不断的发展。作为管理学科中的重要分支,工商管理类专业在普通高等教育中得到了普及,专业招生规模也在不断扩大。在各高校推进工商管理类专业发展的过程中,工商管理类专业的培养目标、课程设置、教学体系、实验与实习教学、师资力量、教材建设等问题日益成为高校师生和社会各界关注的问题,因此对工商管理类专业发展的规范、管理和指导显得越来越重要。

2005年年底,为了进一步深化高等教育教学改革,提高高等教育质量,加强教育行政部门对高等学校教学工作的宏观调控,推进高等教育宏观决策的科学化和民主化,充分发挥各科类专家学者对高等教育教学改革与建设的研究和指导作用,教育部决定组建高等学校有关科类教学指导委员会(2006—2010)。根据教育部的要求,教学指导委员会将承担指导高等学校的学科专业建设、教材建设、教学改革、实训基地建设、实验室建设等工作,并制定专业规范或教学质量标准。教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会(2006—2010)正是在此背景下成立的,并按照二级学科设立工商管理、人力资源管理、会计学与财务管理、市场营销、旅游管理五个专业指导小组,分别承担相关学科本科专业的研究和指导工作,组织和开展本学科教学领域的理论与实践研究活动。

2006年教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会第一次全体会议明确指出,要通过对新世纪社会经济发展对工商管理类专业人才的需求分析,深入研究工商管理类本科学生(按二级学科)的素质、能力与知识结构,进而提出新的工商管理类学生培养模式(包括目标定位、培养流程、课程模块、能力模块、素质模块等),系统设计各专业的主要课程、教学大纲、教学活动、能力训练活动、素质提升活动等,并确定了制定《全国普通高等学校本科工商管理类专业育人指南》作为落实该项工作任务的重要措施,也是该届教学指导委员会的重要工作之一。根据会议的要求和部署,教学指导委员会的各个专业指导小组分别对相关专业的专业需求和培养模式进行了系列调研和探讨,并通过会议研讨等形式充分吸取有关院校相关专业人员的意见,从而形成了对工商管理类学科专业教学具有指导和建议性的育人指南文本。

《全国普通高等学校本科工商管理类专业育人指南》涉及五个专业:工商管理、人力资源管理、会计学与财务管理、市场营销、旅游管理。每个专业主要由两个部分构成:“育人指南”和“育人指南研究报告”。其中,“育人指南研究报告”是教学指导委员会各专业指导小组几年来研究成果的综合体现,而“育人指南”则是为方便使用者参考,将研究报告的主体内容进行提炼总结的结果。此外,考虑到未来专业发展的规范和自律性要求,建议以后可逐步实施专业认证制度,“工商管理专业质量认证体系研究报告”即此方面的探索性研究成果,希望对认证体系的研究可以给相关院校和部门提供参考。

本书的编委会由工商管理类学科专业教学指导委员会全体委员担任,各个专业的育人指南由各专业指导小组负责组成课题组并研究编撰。具体分工如下:工商管理专业课题组由南开大

II 前 言

学李维安教授担任组长,由山东大学徐向艺教授主持课题研究,工商管理专业质量认证体系研究由首都经济贸易大学高闯教授负责;人力资源管理专业课题组由南京大学赵曙明教授担任组长;会计学与财务管理专业课题组由上海财经大学孙铮教授担任组长;市场营销专业课题组由北京大学涂平教授担任组长;旅游管理专业课题组由湖北大学马勇教授担任组长。

此外,在各专业育人指南的研究和撰写过程中,听取了许多院校工商管理类专业负责人或业务骨干的意见和建议,在此表示衷心的感谢。同时,也感谢高等教育出版社在本书出版方面给予的大力支持。最后,我们欢迎各位专家和业内同仁对本书提出批评与建议。

教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会

2010年2月

目 录

第一篇 育人指南

第1章 工商管理专业育人指南	3
1.1 培养目标与要求	3
1.1.1 工商管理专业培养目标	3
1.1.2 工商管理专业培养体系	4
1.1.3 工商管理专业人才培养条件	4
1.2 人才培养流程	5
1.2.1 工商管理专业人才培养的基本流程	5
1.2.2 工商管理专业人才培养的具体流程	6
1.3 理论教学	8
1.3.1 理论课程体系	8
1.3.2 核心的理论课程	8
1.3.3 教学大纲与教学日历	10
1.4 实验教学	11
1.4.1 实验教学目标	11
1.4.2 实验教学体系	12
1.4.3 核心课程的实验教学内容	13
1.4.4 实验指导教师的职责与要求	15
1.5 实习教学	15
1.5.1 实习教学目标	15
1.5.2 实习教学的类型与内容	16
1.5.3 实习教学的主要工作	16
1.5.4 实习指导教师的职责与要求	17
1.6 案例教学	18
1.6.1 案例教学的目标	18
1.6.2 案例的要素与类型	18
1.6.3 案例的编写与选用	19
1.6.4 案例教学的组织	19
1.7 教材选用的原则与推荐阅读书目	20
1.7.1 选用教材的原则	20
1.7.2 推荐阅读书目	21

II 目 录

第2章 人力资源管理专业育人指南	23
2.1 专业培养目标和要求	23
2.1.1 培养目标	23
2.1.2 人力资源管理专业学生的要求	23
2.2 专业学生培养模式	25
2.2.1 课程模块	25
2.2.2 能力模块	26
2.2.3 素质模块	35
2.3 各模块的主要实现手段	36
2.3.1 课程模块的主要实现手段	36
2.3.2 能力模块的主要实现手段	36
2.3.3 素质模块的主要实现手段	36
第3章 会计学与财务管理专业育人指南	38
3.1 专业培养目标和要求	38
3.1.1 培养目标	38
3.1.2 会计学与财务管理专业学生的要求	39
3.2 专业学生培养模式	41
3.2.1 课程模块	42
3.2.2 能力模块	48
3.2.3 素质模块	51
第4章 市场营销专业育人指南	53
4.1 培养目标与要求	53
4.1.1 市场营销专业培养目标	53
4.1.2 市场营销专业人才培养条件要求	54
4.2 培养流程与体系	56
4.2.1 市场营销专业人才培养的基本流程	56
4.2.2 培养体系	56
4.3 理论教学	57
4.3.1 理论课程体系	57
4.3.2 核心的理论课程	59
4.3.3 教学大纲与教学日历	61
4.4 案例教学	63
4.4.1 案例与案例教学的含义	63
4.4.2 案例教学的目的	64
4.4.3 案例的类型	64
4.4.4 案例的格式	65
4.4.5 案例的选用与编写	65
4.4.6 案例教学的组织实施	66

4.5	实验教学	68
4.5.1	市场营销专业实验教学的目标	68
4.5.2	实验教学的课程体系与内容	68
4.5.3	实验教学的组织与管理	70
4.5.4	不同学校市场营销专业实验教学的特色	71
4.6	实习教学	72
4.6.1	市场营销专业实习教学的目标	72
4.6.2	实习教学的类型与内容	72
4.6.3	实习教学的组织与管理	73
4.7	毕业论文	74
4.7.1	市场营销专业毕业论文的基本规定	74
4.7.2	不同学校本科毕业论文的特色	75
4.8	选用教材的原则与推荐阅读书目	75
4.8.1	选用教材的原则	75
4.8.2	推荐阅读书目	76
第5章	旅游管理专业育人指南	78
5.1	专业培养目标和要求	78
5.1.1	培养目标	78
5.1.2	旅游管理专业对学生的要求	78
5.1.3	旅游管理专业对学校的要求	81
5.2	专业学生培养模式	82
5.2.1	课程模块	82
5.2.2	能力模块	87
5.2.3	素质模块	91
5.3	各模块的特点和主要实现手段	92
5.3.1	课程模块	92
5.3.2	能力模块	92
5.3.3	素质模块	93

第二篇 育人指南研究报告

第6章	工商管理专业育人指南研究报告	97
6.1	培养目标与要求	97
6.1.1	国内外大学工商管理类专业培养目标比较分析	97
6.1.2	工商管理专业培养目标	107
6.1.3	工商管理专业人才培养的具体要求	108
6.1.4	工商管理专业人才培养的条件要求	109
6.1.5	招生与就业对该专业的要求和影响	110
6.2	人才培养流程	111

IV 目 录

6.2.1	人才培养流程设计的依据和原则	111
6.2.2	工商管理专业人才培养的基本流程	112
6.3	课程与教学体系	113
6.3.1	工商管理专业能力体系与知识体系	113
6.3.2	课程体系的内容	114
6.3.3	工商管理专业核心课程	116
6.3.4	教学大纲与教学日历	120
6.4	实验教学	123
6.4.1	我国工商管理专业在实践教学中的普遍问题	123
6.4.2	工商管理专业核心课程的实验教学及实验内容	125
6.4.3	工商管理专业实验教学目标与要求	128
6.4.4	实验教学的组织	129
6.4.5	实验教学的设施	131
6.4.6	实验教学对教师的要求	132
6.5	实习教学	132
6.5.1	实习教学的目标与要求	132
6.5.2	实习教学的类型	133
6.5.3	实习教学的内容	134
6.5.4	实习教学工作程序	134
6.5.5	指导教师的职责	136
6.5.6	实习教学纪律	137
6.5.7	实习经费使用	137
6.6	教材与辅助资料	138
6.6.1	教材建设的“全面性”目标	138
6.6.2	教材建设的“灵活性”目标	139
6.6.3	教材建设的“实用性”目标	140
6.6.4	教材建设的“国际性”目标	140
6.7	推荐阅读书目	141
第7章	工商管理专业质量认证体系研究报告	144
7.1	工商管理专业质量认证的意义	144
7.1.1	规范我国高等院校工商管理专业教育	144
7.1.2	促进我国高等院校工商管理专业教育与国际接轨	144
7.1.3	凸显我国高等院校工商管理专业教育的专业特性	145
7.2	工商管理专业质量认证的目标与原则	145
7.2.1	工商管理专业质量认证的目标	145
7.2.2	工商管理专业质量认证的原则	146
7.3	工商管理专业质量认证的基本概念	147
7.3.1	工商管理专业	147

7.3.2	工商管理专业质量认证	147
7.3.3	工商管理专业质量认证的主体	147
7.3.4	工商管理专业质量认证的客体	147
7.3.5	工商管理专业质量认证的结构	148
7.3.6	认证观察点	148
7.3.7	认证标准	148
7.3.8	认证管理	148
7.4	工商管理专业质量认证模块系统	149
7.4.1	专业定位模块	149
7.4.2	师资队伍模块	150
7.4.3	教学条件模块	153
7.4.4	教学管理模块	155
7.4.5	教学效果评价模块	157
7.5	工商管理专业质量认证的程序	158
7.5.1	申请与审核	159
7.5.2	自评	160
7.5.3	考查	161
7.5.4	审核与认证	162
7.5.5	申诉与仲裁	163
第8章	人力资源管理专业育人指南研究报告	164
8.1	人力资源管理专业人才的需求分析	164
8.1.1	人力资源管理专业发展的历史与现状	164
8.1.2	新世纪社会经济发展对人力资源管理业人才的需求	165
8.2	专业培养目标和要求	166
8.2.1	培养目标	166
8.2.2	人力资源管理专业学生的要求	167
8.3	专业学生培养模式	174
8.3.1	课程模块	174
8.3.2	能力模块	175
8.3.3	素质模块	187
8.4	各模块的特点和主要实现手段	189
8.4.1	课程模块	189
8.4.2	能力模块	190
8.4.3	素质模块	191
第9章	会计学与财务管理专业育人指南研究报告	197
9.1	专业人才需求分析	197
9.1.1	会计学与财务管理专业发展的历史和现状	197
9.1.2	新世纪社会经济发展对会计学与财务管理专业人才的需求	200

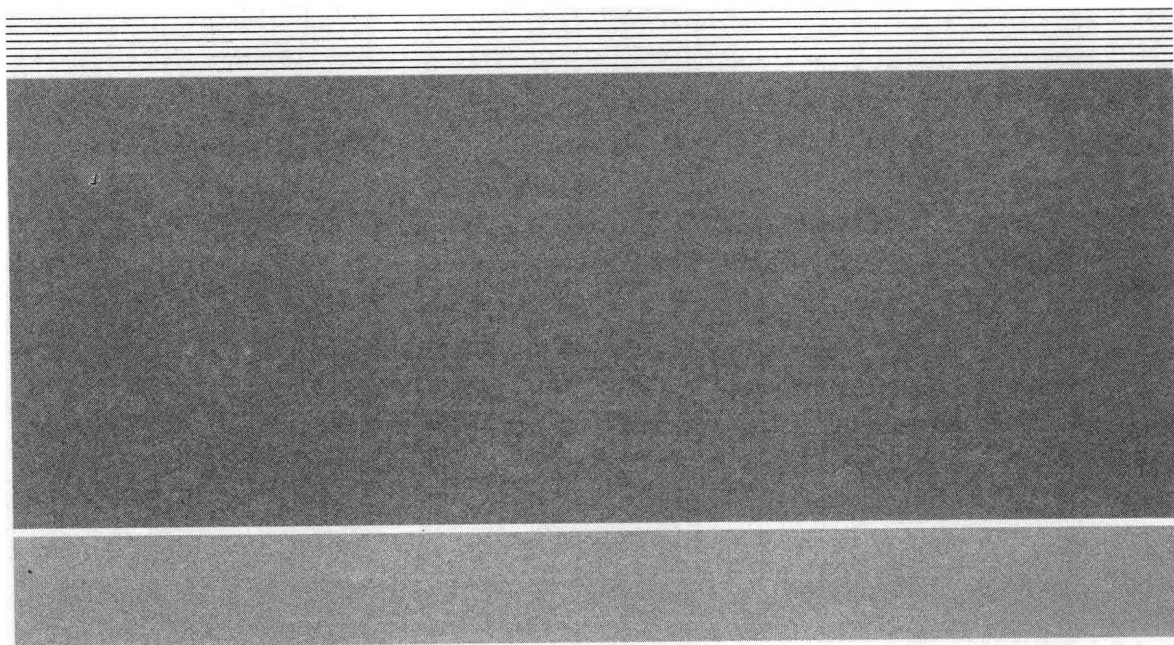
VI 目 录

9.2 专业培养目标和要求	202
9.2.1 培养目标	202
9.2.2 会计学与财务管理专业学生的要求	203
9.3 专业学生培养模式	206
9.3.1 课程模块	206
9.3.2 能力模块	217
9.3.3 素质模块	223
参考文献	224
第10章 市场营销专业育人指南研究报告	227
10.1 市场营销专业的基本情况调查	227
10.1.1 市场营销专业的历史	227
10.1.2 市场营销专业人才的需求	228
10.1.3 市场营销专业培养机构	229
10.1.4 编写“市场营销专业育人指南”的指导思想	231
10.2 培养目标与要求	233
10.2.1 市场营销专业培养目标的调查	233
10.2.2 市场营销专业培养目标建议	235
10.2.3 市场营销专业人才培养条件要求	237
10.3 培养流程与体系	238
10.3.1 市场营销人才培养模式的调查	239
10.3.2 市场营销专业人才培养的基本流程建议	241
10.3.3 培养体系建议	241
10.4 理论教学	242
10.4.1 市场营销本科专业专业课程体系调查	242
10.4.2 理论课程体系建议	246
10.4.3 核心的理论课程	248
10.4.4 教学大纲与教学日历	248
10.5 案例教学	250
10.5.1 高校市场营销专业教学中案例教学的基本情况	250
10.5.2 案例与案例教学的含义	251
10.5.3 案例教学的目的	252
10.5.4 案例的类型	252
10.5.5 案例的格式	253
10.5.6 案例的选用与编写	254
10.5.7 案例教学的组织实施	255
10.6 实验教学	256
10.6.1 高校市场营销专业开设实验教学情况	257
10.6.2 市场营销专业实验教学的目标	258

10.6.3	实验教学的课程体系与内容	259
10.6.4	实验教学的组织与管理	260
10.6.5	不同学校市场营销专业实验教学的特色	261
10.7	实习教学	262
10.7.1	高校实习教学情况统计	263
10.7.2	市场营销专业实习教学的目标	264
10.7.3	实习教学的类型与内容	264
10.7.4	实习教学的组织与管理	264
10.8	科研教学	266
10.8.1	市场营销专业科研教学的目标与要求	266
10.8.2	科研教学的类型与内容	266
10.8.3	科研教学的组织与管理	267
10.8.4	不同学校市场营销专业科研教学的特色	268
10.9	毕业论文	269
10.9.1	市场营销专业毕业论文的基本规定	269
10.9.2	不同学校本科毕业论文的特色	269
第 11 章	旅游管理专业育人指南研究报告	271
	引言	271
11.1	旅游管理专业人才需求分析	271
11.1.1	旅游管理专业发展的历史与现状	271
11.1.2	新世纪社会经济发展对旅游管理专业人才的需求	276
11.2	专业培养目标和要求	283
11.2.1	培养目标	283
11.2.2	旅游管理专业对学生的要求	286
11.2.3	旅游管理专业对学校的要求	288
11.3	专业学生培养模式	290
11.3.1	课程模块	290
11.3.2	能力模块	296
11.3.3	素质模块	300
11.4	各模块的特点和主要实现手段	301
11.4.1	课程模块	301
11.4.2	能力模块	301
11.4.3	素质模块	302
	主要参考文献	303
附录一	工商管理本科专业质量认证指标体系	304
附录二	工商管理本科专业质量认证调查结果	307
附录三	工商管理本科专业质量认证调查问卷	314

第一篇

育人指南



第1章

工商管理专业育人指南

1.1 培养目标与要求

1.1.1 工商管理专业培养目标

工商管理专业的培养目标包括基本素质培养目标、专业理论培养目标及应用能力培养目标。

1.1.1.1 基本素质培养目标

工商管理专业培养适应现代市场经济需要,具备人文精神、科学素养和诚信品质,掌握现代管理理论,具有国际化视野、创新意识、团队精神,具有实践能力与沟通技能,从事工商企业及非营利组织管理工作或理论研究和教学工作的复合型人才。

1.1.1.2 专业理论培养目标

- (1) 系统掌握一般管理、职能管理的基本理论和应用工具。
- (2) 掌握基本的管理研究方法,具备初步的科学研究能力。

1.1.1.3 应用能力培养目标

- (1) 战略管理与决策能力。能够运用战略管理理论和方法,正确认识组织的资源和外部环境,做出正确的决策。
- (2) 组织协调与沟通能力。能够了解他人、理解他人、激励他人,与他人合作,共同完成组织的任务。
- (3) 外语与计算机运用能力。能够比较熟练地使用外语查阅资料、阅读文献,与外国人进行

口语和书面交流。能够熟练地使用计算机进行信息处理和组织管理。

1.1.2 工商管理专业培养体系

为了实现专业培养目标,应当建立健全工商管理专业培养体系,包括理论教学体系和实践教学体系。其中,理论教学体系包括通识教育类课程、学科基础课程和学科专业课程,实践教学体系包括实验教学、实习教学和创新与创业实践,理论教学体系和实践教学体系中都有案例教学,如图 1-1 所示。

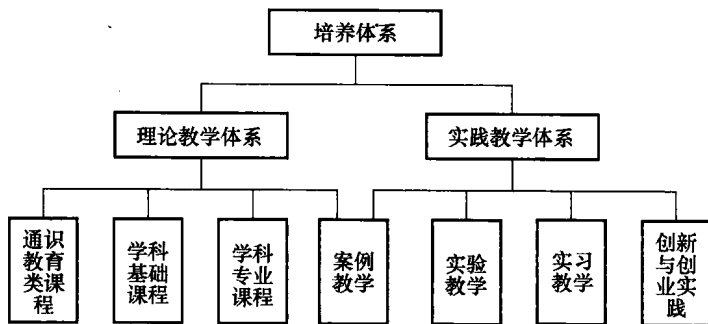


图 1-1 工商管理专业培养体系

1.1.3 工商管理专业人才培养条件

1.1.3.1 师资队伍

(1) 总体素质要求。具有硕士及其以上学位,对工商管理专业教学和科研有热情、有追求,具备系统的专业理论知识,具备一定的工商管理实践经验,能够理论联系实际,引导学生学好管理理论,激发学生的创新意识,培养学生的创业能力、科研能力和管理能力。

(2) 教师结构。专任教师应具有合理的学历结构、职称结构和学缘结构,具有合理的师生比例。该专业 13 门核心课程的教学都要配备完整的教师梯队,梯队中要有具有高级职称的教师作为课程负责人,要聘请实践经验丰富的管理人员及其他校外专家参与教学和实习指导。

(3) 教师能力。该专业所有教师都要掌握一般管理的基本理论,熟练掌握所讲授课程的知识体系、专业方法和专业工具,具有较强的教学能力、科研能力、学习能力和实践能力,对专业理论前沿和管理实践热点具有较强的敏感性,能够清楚地表达讲授内容,能够有效地指导学生的管理和创业实践。

1.1.3.2 实践基地

学校应当建立双向的对外交流机制,形成一个比较完善的对外交流平台。

(1) 通过实习基地建设,为学生提供了了解社会、了解企业的机会;同时与国内外大学合作,为学生提供更多机会,从其他大学学到更多知识。