

英语	必修	IMBA172033	领导艺术	36		2					
英语	必修	IMBA172042	商务沟通	36	2						
英语	必修	IMBA172052	文化交流	36	2						
英语	必修	IMBA172062	管理前沿与产业热点	36	2						
英语	必修	IMBA173012	社会实践	36	1	1					
英语	必修	IMBA173021	拓展训练	18	1						

III. 课程介绍

1. 基础汉语口语

(1) 课程简介

基础汉语是一门训练和提高汉语非母语者汉语口语表达能力的实践性课程。本课程的教学对象是从未学过汉语的零起点学习者或处于初学阶段的学习者，课程从汉语发音开始，以《汉语水平词汇与汉字等级大纲》为参照，教授日常生活中的基本词汇、常用句式以及简单对话和成段表达。

(2) 教学目的

引导学习者学习并模仿中国人的发音、词汇、语法以及说话方式，帮助学习者做到用语恰当、语法正确，语音、语调自如，使其语言尽量贴近汉语母语者的口头表达习惯。

在具体的语言环境下，运用基本词汇和基本句式，围绕一定的功能项目学习说什么和怎么说，并在会话中引导学习者区分口语词汇和书面语词汇、了解文化差异。

(3) 教学内容

课程根据情景和功能循序渐进，急用先学，即学即用。每课包括语音语调、

核心词汇、标准句式、要点例释、替换表达、课堂活动、文化介绍等几个部分，在讲授和正音之后带领学习者通过机械性会话练习、扩展性会话练习和实践性会话练习进行操练，锻炼学习者的应答能力、提问能力、对话能力以及成段表达能力。

(4) 教学方式

使用线上线下混合式教学方式展开。线下教学以学生为主体，以教师为主导，讲练结合，具体包括教师演示、学生模仿、教师提问、学生演练等方式。线上课程在延续线下教学方式的同时，充分利用现代信息技术以及新媒体资源，实现教学方式的优化组合。

(5) 授课语言

汉语

(6) 参考书目

- ① 戴悉心、王静《汉语口语教程》，北京语言文化大学出版社，2015。
- ② 康玉华、来思平《汉语会话301句》，北京语言大学出版社，第四版。
- ③ 毛悦《标准汉语会话360句》，北京语言大学出版社，2018。
- ④ 王淑红、么书君、严禔、张葳，《发展汉语：初级口语》(III)，北京语言大学出版社，第二版。
- ⑤ 国家汉办《国际汉语教学通用课程大纲》，北京语言大学出版社，2014。
- ⑥ 郭颖雯，《汉语口语体口语教学语法体系的建立与量化》，《汉语学习》2002年第6期。
- ⑦ 刘德联、刘晓雨，《汉语口语常用句式例解》，北京大学出版社，2005。
- ⑧ 张继华，《常用口语语汇》，北京燕山出版社，1988。
- ⑨ 张旺熹，《汉语口语成分的话语分析》，北京语言大学出版社，2012。
- ⑩ 赵金铭《汉语可以这样教—语言技能篇》，商务印书馆，2006。

2. 中国历史和文化

(1) 课程简介

课程主要介绍了中国历史与中国传统文化。

(2) 教学目的

课程旨在为外国留学生简要介绍中国历史及文化,帮助不同文化背景的学生了解中国的传统习俗及现代文化。教学内容涵盖了中国古代朝代更迭次序、对中国发展具有重要历史意义的人物和思想、中国传统文化的特色内容及现代和当代中国文化中的亮点。教学内容力求体现中国文化的精神、内在意味和核心价值。

(3) 教学内容

本课程的主要内容包括:中国历史和文化概况的介绍、中国与世界的关系、中国政治和经济的基本情况、中国儒家与道教文化、中国的传统节日、中国餐饮文化、中医、中国剪纸、中国生肖、中国古典建筑等。

(4) 教学方式

讲授、问答、视频、阅读。

(5) 授课语言

英文

(6) 参考书目

① 薛荣主编 Xue, R., 《中国文化教程》修订版(英文版) Chinese Culture: A Course Book (Revised Edition), 南京 Nanjing: 南京大学出版社 Nanjing University Press, 2016.9。

② 曹大为 Cao, D. and 孙燕京 Sun, Y., China' s History 中国历史 英文, 北京 Beijing: 五洲传播出版社 China International Press, 2010.1

③ 朱良志、叶朗著 Zhu L. and Ye, L., 中国文化英语教程 Insights into Chinese

Culture, 北京 Beijing: 外语教学与研究出版社 Foreign Language Teaching and Research Press, 2010.8

3. 人力资源管理

(1) 课程简介

人力资源管理 (HRM) 被认为是现代企业的核心业务。人力资源管理是每个企业获取成功的重要组成部分。该课程提供了人力资源管理 (HRM) 的概述, 强调人力资源规划和战略、人员选择、平等就业机会、培训、绩效评估、薪酬和组织行为的当代问题。该课程适合于非人力管理专业的研究生, 来华留学生。

(2) 教学目的

学生将能解释人力资源管理对提升公司业绩的机制和重要性; 通过对人力资源管理相关文献和理论的阅读和讨论, 学生将熟悉人力资源管理的基本原理和实践; 通过阅读、讨论和练习, 学生将能够对相关行业领域的管理者 and 从业者的角色和作用有深入的理解, 为学生提供研究人力资源管理和批判性思维技能的机会, 用以解决企业实际工作遇到中的问题; 学生能够讨论技术发展如何影响人力资源管理; 学生能够总结分析人力资源相关政策和法律以及最新研究问题。

(3) 教学内容

人力资源相关法律、技术变革、人力规划和预测、工作设计和分析、选择、培训和发展、激励、工资和薪金管理、绩效评估、纪律、人事档案、研究和平等就业机会等主题的相互依存关系。

(4) 教学方式

根据教学内容的不同, 可以使用各种教学方法。这些方法包括但不限于: 讲座、多媒体、合作/协作学习、实验室和演示、项目和演示、演讲、辩论和小组讨论、会议、课外学习经历以及表演。

(5) 授课语言

English。

(6) 参考书目

- ① Armstrong, M. and Taylor, S., 2014. Armstrong's handbook of human resource management practice. 13th ed. London: Kogan Page.
- ② Boxall, P. and Purcell, J., 2011. Strategy and human resource management. 3rd ed. Basingstoke: Palgrave Macmillan education.
- ③ Wilton, N., 2011. An introduction to human resource management. 1st ed. London: Sage publications.
- ④ Gary Dessler Human Resource Management, Global Edition, 16th edition Published by Pearson (August 19th 2019)

4. 管理经济学

(1) 课程简介

管理经济学是经济学在微观经济管理中的具体应用,是工商管理类专业的核心基础课程。课程主要以微观经济学作为理论基础,为企业经营决策者有效地配置稀缺资源,实现企业经营目标提供经济分析和决策工具。

(2) 教学目的

本课程通过把经济学原理和分析方法应用于企业经营管理决策中的内容安排,为企业的管理决策实践提供经济理论经济分析的思维框架,使企业的决策能够更好地适应于市场体系,为学生了解企业在市场经济体制中的地位,提高学生在市场经济条件下管理决策的能力和水平。

(3) 教学内容

本课程的主要内容包括:管理经济学基础,需求与供给,定量需求分析,“个

体行为理论”下的消费者行为，预算约束和无差异曲线，生产过程与生产成本的决策，企业组织，完全竞争、垄断与垄断竞争市场的管理，博弈论等。

(4) 教学方式

本课程以教材内容为依据，采用贯通课堂讲授、网络教学、实践教学三种教学方法的教学模式，充分发挥三种教学方法的长处，使课堂讲授和网络学习、理论教学和实践教学、教师讲授和学生自学结合起来。

(5) 授课语言

英文

(6) 参考书目

① (美)迈克尔·贝叶(Michael R.Baye) 等,管理经济学 (第八版), 中国人民大学出版社。

② 克里斯托弗, R., 托马斯 (Christopher R.Thomas) 著, 管理经济学 (第12版), 机械工业出版社。

③ Michael R.Baye et al., Management Economics (8th edition), China Renmin University Press.

④ Christopher R.Thomas, Economics of Management (12th edition), Mechanical Industry Press.

5. 市场营销

(1) 课程简介

《市场营销》是企业管理MBA研究生的专业核心课。通过本门课程的学习，学生能够获得相应的营销领域的专业知识与技能，为其日后从事科研研究或营销实践提供指导和帮助。

(2) 教学目的

通过该课程的学习，学生在以下几个方面的能力将得到加强；制定营销策略和计划；对市场表现的洞察；与顾客建立联系；建立强大的品牌；塑造市场产品；传递传达价值；创造长期增长。

(3) 教学内容

该课程主要探讨了市场细分、目标市场的建立和产品定位，以及品牌价值、客户价值分析、数据库营销、电子商务、价值网络、供应链管理以及整合营销等主题。

(4) 教学方式

老师主讲和课堂讨论并行，该课程重视学生的课堂讨论和参与。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

① Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, & Chin Tiong Tan, Marketing Management: An Asian Perspective (6th edition), Pearson.

6. 财务管理

(1) 课程简介

《财务管理》是财务管理专业的全英文专业必修课，也是经济管理类各专业的共同必修课，是整个专业学习过程中非常重要的一门基础课程。本课程主要以收益与风险权衡为核心，以财务决策框架为主线，构造涉及时间价值、风险收益、投资决策、筹资方式、股利政策等相关内容的结构体系，重点讲述财务管理的基本理念，以及财务经理如何运用这些基本理论做出财务决策。

(2) 教学目的

本课程的主要目的是加强学生对财务管理理论与实务的全面、深入了解，培

养学生课堂讨论和课外阅读与写作的习惯,引导学生对有关现代企业财务管理问题进行思考,从而培养出适应市场经济需要的中级理财者。

(3) 教学内容

本课程共分为 5 个单元,内容主要包括:财务管理活动及其目的概述;财务分析和财务计划;营运资本管理;资本预算和长期融资。

(4) 教学方式

课堂讲授;案例分析。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

- ① Stanley B. Block. et al., Foundations of Financial Management, 16th edition, China Renmin University Press, 2019
- ② Stephen A. Ross. et al., Corporate Finance, 11th edition, China Machine Press, 2017
- ③ Robert C.Higgins, Analysis for Financial Management, 9th edition, Peking University Press,2015

7. 会计学

(1) 课程简介

会计作为入门课程,是会计和财务管理专业的必修课。主要讲授会计的基本理论、方法、技能和实践知识。本模块在课程体系中起主导作用和基础作用。通过本模块,学生可以巩固理论基础,激发学习兴趣,并为后续的会计学习奠定基础。

(2) 教学目的

介绍会计原理和概念;了解企业编制的会计记录和财务报表的编制和呈现机

制；了解会计信息的使用和误用。

(3) 教学内容

本课程包含以下方面的讨论：会计的重要性、会计基础、交易分析、财务报表、分析和记录流程、分析和处理交易、试算表、时间安排和报告、调整账目、编制财务报表、工作表、结算流程、会计周期、分类资产负债表、商品销售活动、会计周期和财务报表格式、存货基础、永续制下的存货成本核算、存货估价和错误

(4) 教学方式

讲授、小组讨论。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

① John J. Wild, Ken W. Shaw, Barbara Chiappetta, *Fundamental Accounting Principles*, the 21st Edition, 2013.

② Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel and Donald E. Kieso, *Accounting Principles*, the 21st Edition, China Renmin University Press, 2012.

8. 战略管理

(1) 课程简介

战略管理课程旨在帮助学生了解企业战略决策的核心内容，提升学生参与战略规划的能力。通过本课程的学习，使学生掌握企业战略管理的基本理论和关键主题，探索企业的愿景与使命，掌握制定、选择适合本企业使命以及所处外部竞争环境和内部优劣条件的战略的基本方法；讨论企业战略制定的基本方法和实施程序；建立现代企业战略管理观念；了解企业战略管理的理论前沿和现实热点动

态。

(2) 教学目的

通过对国内外战略管理理论和实践的发展沿革、主要流派的总结和比较，帮助学生了解战略管理的由来、含义和相关理论；了解分析企业外部环境的理论/活动/技术；了解允许公司对其资源和能力进行内部评估的理论/活动/技术；解释公司在业务/竞争层面和公司层面使用的各种策略；了解企业用于为其产品和服务定价的流程和方法；使用本课程中学知识为企业制定相关战略。

(3) 教学内容

本课主要教学包括如下：战略管理概述、外部环境分析、内部能力分析、业务层面的战略、公司层面的战略、定价策略 I、定价策略 II、创新策略、品牌策略 I、品牌策略 II、数据分析和报告、总结。

(4) 教学方式

课堂讲授与案例分析、讨论相结合。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

- ① Reed Kennedy (2020) Strategic Management
- ② John Gamble, Arthur Thompson, and Margaret Peteraf (2016) Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage (5th Edition)
- ③ J. -C. Spender (2014) Business Strategy: Managing Uncertainty, Opportunity, and Enterprise
- ④ John P. Kotter (2014) Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World
- ⑤ Kevin Keller (2013) Strategic Brand Management

9. 商科研究方法

(1) 课程简介

商科研究方法越来越复杂，新技术和新话题为研究方法带来新的挑战。定性和定量研究方法在学术和实践中的重要性和使用频率不断提高。因此，理解上述定性和定量研究方法并应用于具体学术和实践问题的研究至关重要。此外，能够从技术角度研读已有文献和他人研究成果，并批判性提出方法论相关的问题，也是商科硕士生应具备的素质和能力。本课程基于此，涵盖研究问题形成，研究框架搭建，研究设计，方法论和研究方法选择，数据分析，研究结论等模块，强调文献阅读和研究伦理。本课程在理论和实践角度从认识论、研究设计、数据收集和分析以及结果汇报等方面进行讲授和学习。

(2) 教学目的

本课程的教学目的是学习管理学和商科领域的实证研究方法，帮助学生掌握定量和定性研究方法，熟悉数据分析中的具体分析技术。通过本课程的学习，学生能够理解定性和定量研究方法，以及通过相对应的分析技术来作为工具去探索并解决商科现实问题。在理解认识论的前提下，学习基于不同的方法论来收集信息，在相关领域构建理论并进行研究。课程设计关注学生发现问题、分析问题和解决问题的能力，并使学生能够掌握不同实证研究方法的特点，能够基于研究问题和对不同研究方法优劣势的理解，选择恰当的方法并进行问题分析。同时，教学过程注重研究伦理道德，培养学生的批判思维和解决实际问题的能力。

(3) 教学内容

本课程中，学生将学习研究设计的基本逻辑，数据方法，并掌握实证研究中对于管理和社会现象的因果分析。具体将包括如下几个模块：社会科学研究的本质，研究设计的逻辑以及如何根据现实困境进行不同研究设计的选择，定性和定

量研究方法，不同研究设计和研究方法的优势和不足，现有科学研究方法的局限性，以及研究中的伦理道德。

(4) 教学方式

课堂讲授、小组讨论、研究设计训练、课堂汇报。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

Business Research Methods (Eleventh edition), Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler

10. 企业社会责任

(1) 课程简介

阐述了社会责任与企业管理的联系与区别、社会责任的兴起与发展、社会责任市场、社会责任行为、社会责任定位、社会责任理念创新、社会责任营销规划、社会责任的7种变量组合策略以及社会责任文化、社会责任绩效评估等内容。

(2) 教学目的

了解影响企业社会责任的因素，讨论组织中管理的优化，探讨企业运动中的社会责任观。

(3) 教学内容

本课程主要包括如下：企业社会责任概述、全球化和企业社会责任、企业社会责任的原则、利益相关者、社会契约、企业社会责任和可持续性、非政府组织的企业社会责任、业绩及报告、企业社会责任和领导力、企业社会责任和战略。

(4) 教学方式

上课和案例分析。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

Corporate social responsibility and Chinese governance

11. 领导艺术

(1) 课程简介

领导力在现代社会里已经成为最有价值和最值得追求的资产之一，无论是对个人而言还是对组织而言。本课程旨在介绍和探索传统和最新的领导力理论。通过本课程的学习，学生可以回答一些最基本且最重要的问题比如：什么造就了好的领导（力）？如何进行有效的领导？领导力是否能被学习和训练？

本课程还对领导力的其他方面展开全面探索，比如权力和授权、道德伦理思考、文化差异和性别差异如何影响领导力等等。学生有机会在课程中应用所学习的领导力理论去进行案例讨论并在现实情境下进行决策，从而增强领导力意识并锤炼领导力技能。

(2) 教学目的

通过本课程的学习，学生可以有能力和能力：探索领导力的复杂性和交叉学科特色；理解领导力和道德伦理的紧密关联；通过对价值、信念、文化、和身份的探索建立自觉意识；比对众多不同的领导力特质、技能和风格；讨论团队内部的角色分配、动态变化和决策过程从而能够建设性地发挥团队功能；对于领导力的相关理论和实践进行批判性思维；着手建立个人对于领导力的系统思考。

(3) 教学内容

本课程主要包括如下：课程介绍、概念辨析、领导力与文化、领导力与性别、领导力特质、领导力技能、追随力、权力和授权、领导力和道德伦理、领导团

队和领导变革、领导力风格、发展领导力。

(4) 教学方式

课堂讲解和案例讨论。

(5) 授课语言

英文

(6) 参考书目

① The Art and Science of Leadership, 7th Ed. by Afsaneh Nahavandi.

② Leadership, 8th Ed. by Peter G. Northouse.

12. 商务沟通

(1) 课程简介

通过对商务沟通中的理论和原理的学习，提高商务英语的沟通能力，更加深入的商务沟通技巧，尤其是商务用语技巧，采用案例教学和小组讨论式学习，以现实中的商务场景启发学生灵活运用英语听说写技能，强调实用性、可操作性和灵活性。学会起草规范得体、条理清晰的商务文书。掌握商务交流中的礼节和技巧，建立有效的沟通。

(2) 教学目的

本课程旨在帮助学生掌握商务沟通的基本知识和基本原理，并能够将所学到的基本知识和基本原理在实践中融会贯通地加以运用，特别是帮助学生掌握和运用基本的沟通技能，成为一个出色的沟通者。学生们通过本课程的学习，能够在工作中熟练运用各种沟通方法和沟通工具，进行有效的沟通。

通过本课程的学习，学生在知识、能力和语言等方面应该达到以下要求：能够理解企业从事国际商务沟通活动应遵循的基础理论和原理；了解并能深刻认识国际商务沟通的当代议题；熟悉并掌握国际商务沟通的技能，包括不同商务环境

下的书面沟通和口头沟通,以及国际商务背景下的跨文化沟通;提升从事国际商务沟通活动的能力。

(3) 教学内容

商务沟通课程的教学内容包括以下几个方面:

商务沟通理论和原则:介绍商务沟通的基本理论和原则,例如有效沟通的要素、沟通障碍以及不同沟通方式的优缺点等。

个人沟通技巧:介绍如何提高个人的沟通能力,包括如何有效地表达自己的意见和观点、如何倾听和理解他人、如何处理冲突等。

团队沟通技巧:介绍如何在团队中进行有效的沟通,包括如何合理分工、如何协调沟通、如何有效地进行团队决策等。

商务演讲和表达技巧:介绍如何准备和进行商务演讲和表达,包括如何准备演讲稿、如何掌握演讲技巧、如何处理演讲中的问题等。

商务文书写作技巧:介绍如何起草和撰写各类商务文书,例如报告、备忘录、邮件等,包括如何准确表达意图、如何合理组织文案、如何注意语言风格等。

跨文化沟通技巧:介绍如何在跨文化环境中进行有效的商务沟通,包括了解不同文化之间的沟通差异、如何尊重并理解对方文化、如何应对文化冲突等。

以上内容可以根据课程的具体要求和学生的需求进行不同的侧重和扩展。

(4) 教学方式

以讲授、研讨、个案分析、小组活动为主。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

必读书目:

① 《商务沟通:原理与实践》,(美)罗纳德·B.阿德勒、珍妮·马夸特·埃

尔霍斯特 编著，北京大学出版社，2013 年 10 月第 10 版。

② 《商务沟通——数字世界的沟通技能》，(美) 伦茨等著，朱春玲改编，中国人民大学出版社，2012 年第 12 版。

参考书目：

- ① 《商务沟通》，(美) 斯科特·奥伯著，钱峰译，世界图书出版公司，2012 年第 7 版；
- ② 《管理沟通——以案例分析为视角》，奥罗克著，康青译，中国人民大学出版社，2011 年第 4 版；
- ③ 《跨文化商务沟通》，占俊英等编著，北京理工大学出版社，2013 年第 1 版；
- ④ 《商业书信手册》，(美) Poe R.W. 著，机械工业出版社，2004 年第 3 版；
- ⑤ 《企业实用文书写作与范例》，张立章等编，北京交通大学出版社，2011 年第 1 版。

13. 文化交流

(1) 课程简介

本课程以中国文化为主要内容，涉及中国传统文化、当代中国文化、跨文化交流等层面。

(2) 教学目的

通过讲授和讨论，让留学生理解和掌握中国文化的核心内容，同时通过讨论和比较，寻求不同文化间的共性，并理解文化差异和文化多元化的存在，培养学生求同存异、美美与共的多元文化视野，让他们成为知华、友华的文化使者，有效促进中国文化走出去。

(3) 教学内容

本课程主要包括如下：《孙子兵法》、天坛的建筑风格和文化意义、中国文化

中的生态思想、中国古代丝绸之路和当下“一带一路”的意义、中国和平文化、长城的历史和当代意义、故宫的历史和意义、中国古典音乐、兵马俑、中国的佛教文化和意义、陶瓷文化和意义、江南园林之美、中国具有代表性的民间艺术、老北京的韵味、中国美食文化、中国茶文化。

(4) 教学方式

交际教学法。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

- ① 《中国文化读本》英文版，张桂萍主编，外研社，2010年。
- ② Adrian Holliday, Martin Hyde and John Kullman: Intercultural Communication, 北京大学出版社, 2011.
- ③ Bennett: Basic Concepts of Intercultural Communication , Nicholas Brealey Publishing, 2013.
- ④ Molefi Kete Asante: The Global Intercultural Communication Reader, Routledge, 2007.
- ⑤ 朱耀伟,《当代西方批评论述的中国图像》,中国人民大学出版社, 2010.

14. 管理前沿与产业热点

(1) 课程简介

本课程主要是介绍当今科学技术的前沿应用，利用前沿科技进行创新创业。包括人工智能，无人驾驶，VR/AR，区块链，飞行汽车，无人机等。着重介绍旅游产业发展热点，总结产业热点的发展模式，分析发展中存在的问题，探讨未来发展趋势。

(2) 教学目的

了解科技产业发展热点；熟悉产业发展规律；深度分析产业发展现象。

(3) 教学内容

本课程主要包括人工智能的应用与发展；自动驾驶的应用与发展；VR/AR的应用与发展；区块链的应用与发展；飞行汽车的应用与发展；机器人的应用与发展；5G的应用与发展；商业航天的应用与发展；旅游产业发展热点，如乡村旅游、特色小镇、夜间旅游，总结产业热点的发展模式，探讨未来发展趋势。

(4) 教学方式

讲授；案例研讨；课堂展示。

(5) 授课语言

英语

(6) 参考书目

- ① 梅拉妮·米歇尔.AI3.0[M]. 王飞跃等,译.成都:四川科学技术出版社·湛庐,2021.
- ② 克里斯托弗·梅森.未来500年[M]. 何万青等,译.北京:电子工业出版社,2022.
- ③ 奥赞·瓦罗尔.向火箭科学家那样思考[M].李文远,译.北京:北京联合出版公司,2020.
- ④ 王明华.特色小镇4.0——浙江经济新引擎[M].杭州:浙江工商大学出版社,2019.
- ⑤ 徐虹、朱伟.乡村旅游创意开发[M].北京:中国农业大学出版社,2019.