

中国石油大学（华东）

专业学位硕士研究生培养方案

类别名称：工商管理硕士

类别代码：1251

一、学位授权点简介

中国石油大学（华东）于 2009 年获得工商管理硕士（以下简称“MBA”）专业学位类别学位授予权，2010 年开始招生，2015 年通过教育部合格评估。自开办以来，我校 MBA 项目以服务国家能源战略，服务区域经济发展为使命，坚持走质量和品牌发展之路，其培养过程注重理论与实践的结合，强调能力与素质的培养，通过各种课程和案例教学、企业实践项目等环节培养学生从事企业经营和管理工作所需要的战略眼光、创新意识、创业精神、团队合作能力、处理复杂问题的决策和应变能力以及社会责任感，是我校规模和社会影响较大、联系行业和地方企业最紧密的专业硕士学位类别之一。

二、培养目标

面向国家能源战略产业和区域地方经济建设，培养掌握坚实的经济管理基础理论和系统的现代企业管理知识，具有较强的分析、判断、决策、组织和领导能力，具有强烈的事业心和高度社会责任感，勇于开拓，能够胜任各类企事业单位中级、高级管理职位，能够把握时代变革前沿趋势，知识、能力、素质全面发展的高层次综合性管理人才。

三、基本要求

1. 品德素质要求

拥护中国共产党的领导，热爱祖国，遵纪守法，具有良好的学术道德和商业道德，具有强烈的企业公民意识、社会责任意识和可持续发展意识，具有良好的人文精神、科学精神和创业精神，勇于开拓创业。

2. 知识结构要求

掌握中国特色社会主义理论和现代经济学、管理学基础理论；掌握与企业职能管理和综合管理相联系的系统的专业知识；掌握企业管

理所需要的基本分析方法与工具，并根据自身兴趣和职业发展方向在企业管理的某一个领域进行深入学习和研究；熟练掌握一门外国语。

3. 基本能力要求

具有在全球视野下把握全局的战略思维和分析能力，能够宏观、系统地洞察和把握企业面临的形势和问题，具有科学决策能力、团队意识和沟通能力、创新能力和组织领导能力。

四、培养方向

1. 企业战略与管理

承担企业战略的分析、制定、执行、评价与变革的任务，从事经济全球化背景下企业战略管理、运营管理、商务谈判、贸易实务、跨文化管理等工作。

2. 公司财务与会计

胜任企业会计事务处理，主办企业投融资及并购重组项目，为企业进行纳税筹划，对企业实施有效的预算管理与成本控制。

3. 营销与物流管理

把握消费者行为特征，具备良好的公共关系管理与沟通能力，具备现代物流管理的素质与技能，从事市场调查、营销策划与执行、物流经营与管理等工作。

4. 人力资源与组织管理

制定企业人力资源战略，能够胜任绩效管理与薪酬管理、组织设计与组织文化建设、非营利组织及政府公共部门的人力资源开发与管理等工作。

5. 项目管理与风险管理

正确评价项目的社会效益及风险，制定和执行项目实施方案，从事项目计划与控制、项目评价与风险管理、项目情境下的沟通管理与人力资源管理等工作。

6. 国际化经营与投资

具有全球化的视野，了解一个或多个国家（经济体）的贸易政策和投资环境，胜任全球化背景下企业战略的制定、日常运行、贸易与投资事务、商务谈判与跨文化沟通等工作。

五、学习年限

基本学习年限 3 年，最长学习年限不超过 5 年。

六、培养方式

可采用全日制或非全日制培养方式。

全日制工商管理硕士采取“课程学习”+“综合实践”+“企业实习”+“学位论文”四阶段递进式培养，其中专业实践环节时间累计不少于 6 个月。非全日制工商管理硕士采取在职不脱产的学习方式，在校学习时间累计不少于 9 个月。

七、学分要求

MBA 培养实行学分制，学生在学习年限内应修满 45 学分，包括课程学分和必修环节（专业实践）学分。课程学分共 38 学分，其中必修课程 30 学分，选修课程 8 学分。专业实践 7 学分，其中必修项目 4 学分，选修项目 3 学分。

八、课程设置

1. 核心课程

(1) 组织行为学 (Organizational Behavior)

从个体、群体、组织等三个层面出发，聚焦胜任特征、激励机制、团队动力、沟通策略、领导能力、结构战略、组织文化、组织学习、变革发展和创业转型等重要问题，系统地学习和掌握有关职业发展技能、组织动态能力与核心竞争力的理论框架与提升策略。

Focusing on important issues such as competence, incentives mechanism, team dynamics, communication strategies, leadership, structural strategies, organizational culture, organizational learning, change development, and entrepreneurial transformation from the perspectives of individuals, groups, and organizations, this course systematically studies and masters theoretical framework and promotion strategies related to career development skills, organizational dynamic capabilities and core competitiveness.

(2) 市场营销 (Marketing)

引导学生全面掌握市场营销学的基本理念和知识体系，对市场营销的新理论，新现象有一定的了解，依据学到的知识对企业营销进行

前瞻性、可行性的设计和谋划。培养学生综合运用市场营销的理论和方法从事营销管理的能力，能够在信息时代和全球化当地化背景下对营销环境进行分析、制定有效的营销策略及其实施手段。

The course helps students fully understand the basic concepts and knowledge system of marketing, and to be familiar with those new theories and phenomena of marketing. Based on the learned knowledge students can conduct forward-looking and feasible design of business marketing. To cultivate students' comprehensive use of marketing theories and methods in the ability of marketing management, can analyze the marketing environment and formulate effective marketing strategies and implementation methods under the background of information age and globalization with localization.

(3) 运营管理 (Operations Management)

从生产运作战略制定、生产运作系统设计、生产运作系统运行、生产运作系统维护和改进等四个方面，借助先进的战略战术决策技术以及定性、定量分析工具，研究企业将人力、物料、设备、资金、信息、技术等生产要素（投入）变换为有形产品和无形服务（产出）的全过程，并对这一过程进行计划、组织和控制，从而提高企业产品的合格率和提高满意服务的效率，增强企业的竞争力。

From four aspects, i.e. the formulation of operation strategy, and the design, operation and improvement of production and operation systems, with the advanced strategy and tactics decision technology and qualitative and quantitative analysis tools, the course studies the plan, organization and control of the whole process that transforms the production factors (inputs) of manpower, materials, equipment, funds, information, and technology etc. into the tangible products and invisible services (outputs), so as to improve the qualified rate of enterprise products and the efficiency of satisfactory service, and enhance the enterprise competitiveness.

(4) 人力资源管理 (Human Resource Management)

在企业的战略框架中研究企业人力资源规划、人员招聘、培训和开发、绩效管理及薪酬管理等问题，使学生全面、系统的了解和掌握人力资源管理的知识体系；掌握现代人力资源管理的基本技能和工具，

进而将所学的内容充分应用于企业人力资源管理的实践，基于企业战略与业务特点出具人力资源管理解决方案，从而达到人与人、人与事的有效结合，增强组织的凝聚力和竞争力的目的。

This course focuses on clarifying the human resource issues in the entire strategic management framework and includes: strategic human resources management, job analysis and human resources planning, recruitment, training and development, performance management, and compensation management. Through the study of this course, students will be able to fully and systematically understand and master the knowledge system of human resource management; master the basic skills and tools of modern human resource management; and then fully apply what they have learned to the practice to find reasonable solutions, so as to achieve effective integration of people, people and things, and to enhance the cohesion and competitiveness of the organization.

(5) 战略管理 (Strategy Management)

围绕企业“可以做什么”、“企业应该做什么”、“为什么”这三个问题，基于企业使命和发展目标的确定、内外部环境分析、业务发展与选择、企业持续竞争优势等内容提出企业发展的总体和长远战略，从管理学层面分析和揭示企业为什么能够获得高于平均回报和如何获得持续竞争优势。

Strategic Management can be viewed as a process aiming at gaining continuous competitive advantage by business enterprises. Identifying the vision, mission, and objectives of an enterprise is the starting point of the process. By external and internal assessment, strategic decisions are made at corporate, business and functional level, respectively. Then the selected strategies are implemented to achieve annual objectives. In the final stage, strategies are evaluated for further modification.

(6) 财务管理理论与实务 (Financial Management Theory and Practice)

研究将财务管理基本理论和方法运用于企业投融资决策中并解决实际问题，主要侧重实务环节，借助财务理论帮助决策者有效的解决实际中的财务问题，为财务经理提供解决企业财务问题的思路和方

法，具体内容包括财务管理目标、价值管理、理财环境、公司治理、财务战略、资本结构与资本成本、预算管理、企业集团财务管理等。

The course mainly talks about the important information technology and theories, based on the strategy role of information resource in organizations. Especially, this course focuses on some new technology and theories, like big data, internet thinking, and talk about the influence of new information technology and theory on our life and enterprise development, in order to reveal the rule of information changing the world in the background of big data and internet+. The most important target of this course is to study how the enterprises implement transformation development with the aid of new information technology and theories, and help the enterprises gain new competitiveness.

(7) 信息资源与信息管理 (Information Resources and Information Management)

以信息资源在组织发展中的战略意义为基础，联系信息资源管理的主要技术和理论对互联网时代信息资源对企业商业模式变革的作用，信息资源的新形势如大数据、互联网思维等对个人生活、工作及企业发展的影响等展开研讨，揭示当前大数据、互联网+背景下信息资源对社会影响的规律，研讨该背景下企业利用信息资源管理转型发展问题，帮助企业适应信息技术的新特点、新规律获得发展优势。

The course mainly talks about the important information technology and theories, based on the strategy role of information resource in organizations. Especially, this course focuses on some new technology and theories, like big data, internet thinking, and talk about the influence of new information technology and theory on our life and enterprise development, in order to reveal the rule of information changing the world in the background of big data and internet+. The most important target of this course is to study how the enterprises implement transformation development with the aid of new information technology and theories, and help the enterprises gain new competitiveness.

2. 课程设置

见附表。

3. 教学方式

教学采用课堂讲授、专题研讨、课外实践相结合的方式。授课内容理论联系实际，注重学以致用，培养学生发现问题、提出问题、分析问题与解决问题的能力，重视学生与教师、学生与学生之间的分享交流。除课程性质不允许外，各门课程至少安排四分之一的学时，采用案例教学、课堂讨论、模拟实践、行动学习等以学生为主体的实践教学方法。充分利用移动互联网信息技术手段，实现课堂教学过程的即时反馈互动和对每位学生学习状态的跟踪与评价。

4. 必修环节

MBA 研究生在校期间通过各种途径和方式从事实践活动，提升自己的综合素质和能力。专业实践共计 7 学分，可以通过以下项目获得，其中前 3 项是必修项目，其余为选修项目：

1. 团队建设与沟通：参加新生入学教育各环节及团队拓展训练，制定未来三年的学习目标及学习规划，通过入学教育考核。

2. 专题讲座：参加企业家讲座或知名专家讲座不少于 8 次，并提交每次讲座的笔记和心得体会。

3. 团队学习实践：学生自行联系学院教师做指导，以小组为单位撰写商业案例、企业或行业调研报告、创业计划书等，组队参加各类管理实践类竞赛，组织和参加班级交流分享活动等，有案例、调研报告、获奖、创业计划书、学习总结等成果并经指导教师认可。其中以班级交流分享活动获取学分的，要求学生至少参加 8 次活动，且至少有 1 次作为组织者或主讲人。

4. 管理实践报告：在导师指导下，运用所学课程知识，结合本人管理的工作岗位，针对企业实际和具体问题撰写研究报告，字数不少于 10000 字，导师签字认可。

5. 写作能力训练：以第一作者在正式出版的学术期刊发表管理类或经济类论文至少 1 篇，要求作者署名单位是中国石油大学(华东)，或者在校内媒体发表 800 字以上的原创文章 3 篇以上。

6. 咨询与诊断：作为导师课题组成员之一，参与各类咨询诊断项目或调研项目，且项目成果报告必须有研究生本人撰写的部分，并由本人导师签字认定。

7. 境内外游学：参加学校组织的境内外交流学习项目，累积时间不少于 2 天，提交学习体会与总结，由项目负责教师认定合格。

8. 社会活动与社会服务：积极组织或参与 MBA 各类活动，提供资源支持 MBA 项目的建设和发展，或者从事社会公益活动事迹突出，由研究生本人提出申请并提供相关证明材料，学院公示审核后认定。

九、中期考核

只针对全日制研究生，一般在第四学期进行。由学院组织对硕士生课程学习、文献综述、开题报告及学位论文工作研究进展情况等进行一次全面的考核，达不到考核要求的，可根据具体情况进行延期考核或分流。具体考核可参考学术学位研究生中期考核暂行规定实施。

十、学位论文

1. 学位论文的一般要求及工作量

MBA 学位论文的选题要求把握我国市场经济建设与改革前沿动态和企业管理实践的新趋势，紧密结合本人的学习和实践，具有明确的管理应用导向，综合运用管理理论和分析方法，解决实际问题。论文要求概念清晰、逻辑严谨，结构合理、层次分明、文理通顺，格式规范。论文工作时间自开题之日起不少于 8 个月，正文字数不少于 2.5 万字。

2. 学位论文的类型

MBA 学位论文属于应用型论文，可以选择专题研究、调查研究报告、企业诊断报告和商业案例及分析等四种类型之一。

(1) 专题研究是针对实际经营管理中的问题，运用相关理论和方法，进行深入、系统的分析和研究，并提出解决方案。

(2) 调查研究报告是运用规范的调查研究方法，针对某一管理现象和问题进行深入的调查研究，形成高质量研究报告。

(3) 企业诊断报告是针对企业及其他组织的经营管理活动，运用相关理论和方法展开诊断，明晰问题，深入分析原因，并提出改进建议。

(4) 商业案例及分析是针对某一真实的管理情景进行客观描述，运用相关理论和方法对案例中的管理过程、问题及其效果进行分析，

进而得出某些启示和结论。

3. 学位论文的过程管理和质量控制

MBA 研究生在入学后应与导师充分沟通，确定研究领域，并按照学校规定的时间节点，确定研究选题、设计研究方案，撰写开题报告。学生获得培养计划规定的学分、完成学位论文写作并通过预答辩，方可申请正式答辩。学校对学位论文工作的全过程实施严格的时间节点和质量控制，学生在任何一个环节出现延误或者不被导师通过即给予延期处理。

十一、学位论文评审与答辩

MBA 研究生完成培养方案规定的所有环节，成绩合格，达到培养方案规定的学分要求，符合学校相关规定，可申请学位论文评审与答辩。学位论文评审与答辩一般在硕士研究生入学后的第六学期进行。学位论文评审与答辩按照依据《中国石油大学（华东）学位授予工作细则》（中石大东发[2015]33 号）和其他有关规定进行。

通过学位论文答辩、符合毕业条件的，颁发 MBA 研究生毕业证书。达到 MBA 学位（授予）标准及其他有关要求，符合学位授予条件的，可依据《中国石油大学（华东）学位授予工作细则》（中石大东发[2015]33 号）审批，授予工商管理硕士（MBA）学位。

中国石油大学（华东）研究生课程设置（专业学位）

学院名称： 经济管理学院

专业名称： 工商管理硕士（MBA）

专业代码： 1251

课程类型	课程编号	课程名称	学时	学分	学期	备注	
必修课 (≥30学分)	公共必修课	6000002	中国特色社会主义理论与实践研究	32	2	1	
		6080203	商务英语	32	2	1	
	专业基础课	6084202	管理学（MBA）	48	3	1	
		6086204	商业伦理与企业社会责任	16	1	3	
		6081205	文献阅读与论文写作	16	1	3	
		6085206	管理经济学	48	3	2	
		6083207	会计学	32	2	1	
		6084208	组织行为学	32	2	1	专业核心课
		6084209	市场营销	48	3	2	专业核心课
		6081210	运营管理	32	2	2	专业核心课
		6084211	人力资源管理	32	2	2	专业核心课
		6084212	战略管理	32	2	3	专业核心课
		6083212	财务管理理论与实务	48	3	2	专业核心课
		6082214	信息资源与信息管理	32	2	3	专业核心课
		选修课(≥8学分)	专业选修课(≥8学分)	6080216	商法	32	2
6082215	企业经营策略模拟			32	2	4	
6084217	现代公司治理			32	2	4	
6083217	税务会计与纳税筹划			32	2	4	
6083218	预算管理 with 成本控制			32	2	4	
6081008	物流与供应链管理			32	2	4	
6082220	电子商务			32	2	4	
6081221	项目管理			32	2	4	
6083222	投资学			32	2	4	
6085223	国际贸易实务			32	2	4	
6084224	绩效管理 with 薪酬管理			32	2	4	
6082225	客户关系管理			32	2	4	
6080226	积极心理学			32	2	4	
6085227	商务礼仪 with 沟通			32	2	4	
选修环节(>7学分)	7080205			团队建设 with 沟通		1	
	7080206	专题讲座		2			
	7080207	团队学习实践		1			
	7080208	管理实践报告		2			

必修项目(≥4学分)

7080209	咨询与诊断		2	
7080210	写作能力训练		1	
7080211	境内外游学		1	
7080212	社会活动与社会服务		1	

可选项目(≥3学分)

总学分 ≥45学分