

# 西藏民族大学工商管理 专业学位硕士研究生培养方案

(专业学位代码: 1251)

专业学位名称: 工商管理

所属专业类别: 工商管理

所属培养单位: 管理学院

## 学科简介:

工商管理硕士 (Master of Business Administration, 简称 MBA), 是国际工商管理教育的主流模式, 目前已成为我国培养高层次管理人才的重要渠道。MBA 学位的课程内容涉及管理类、经济学类、金融、财务等多学科知识和管理技能, 注重学生理论与实践的结合, 强调能力与素质的培养以适应多元化的市场环境。

西藏民族大学工商管理专业硕士旨在充分结合现代管理理论和管理经验的基础上, 以西藏自治区实际经济环境、形势和条件为依托, 培养主要面向西藏地方政府以及企业的具有社会责任感、创新精神、综合管理能力的务实型、复合型和应用型的高层次管理人才, 成为新时期我国, 特别是西藏社会经济建设的中坚力量, 为我国民族地区的经济社会发展做出切实贡献。

## 一、培养目标

1. 拥护中国共产党的领导, 拥护社会主义制度, 维护祖国统一、民族团结, 坚决反对分裂。进一步学习和掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的基本理论, 增强“四个意识”, 坚定“四个自信”, 做到“两个维护”。

2. 遵纪守法、诚信公正、学风严谨、追求卓越; 具有服务国家服务人民的社会责任感, 身心健康, 成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

3. 掌握本专业坚实的基础理论和系统的专门知识, 具有从事本专业学术研究及实践工作的能力, 具备战略规划的眼光和敏锐的洞察力以适应不断变化的新形

势和多元化市场环境。

## **二、研究领域（无）**

工商管理专业学位硕士研究生研究方向为：工商管理

## **三、学制与学习年限**

工商管理专业学位硕士研究生的基本学制为3年，其中学位论文工作时间原则上不少于八个月，最长学习年限可在基本学制的基础上延长2年。申请提前或延期毕业者，依据《西藏民族大学研究生管理规定》的相关规定执行。

## **四、培养方式与主要培养环节**

### **（一）培养方式**

工商管理专业学位硕士研究生采取课程学习和学位论文研究工作相结合的培养方式（可根据专业学位教指委相关规定执行），由指导教师具体负责。每名学生原则上配备1名校内导师和1名校外导师。其中，校内导师由本校本专业具有一定高级职称的教师担任，主要负责学生在校期间相关学科专业知识体系的整体架构及理论研究层面的学习指导。校外导师由本领域长期从事一线工作且具有一定高级职称的技术人员或经理人担任，主要负责学生社会实践及相关调研的辅助指导。

本专业课程学习实行学分制，在规定年限内修满各门类学分方具备学位论文撰写及答辩资格（具体课程设置及学分分配见后）。

修读学位期间学生须参加一定时长和频次的社会实践、市场调研及学术（讲座或研讨）的活动（具体要求见后）。

### **（二）主要培养环节及进度要求**

工商管理专业学位硕士研究生主要培养环节包括：课程学习、社会实践与学术活动、中期考核、开题报告、学位论文撰写、学位论文预答辩、学位论文评审、学位论文答辩。

### **（三）学风建设要求**

工商管理专业学位硕士研究生在各培养环节中应严格自律，恪守学术道德，

遵守学术规范。

## 五、学分要求与课程设置

### （一）学分要求

工商管理专业学位硕士研究生须至少修满 41 学分。具体要求如下：

#### 1. 公共必修课：7 学分。

（1）思想政治理论课：《马克思主义与社会科学方法论》（1 学分）（文科类）、《新时代中国特色社会主义理论与实践》（2 学分）。

（2）研究生公共外语：4 学分。

说明：符合研究生外语免修条件者，可免修相应外语课程，并计入总学分。

#### 2. 专业必修课：23 学分。

《论文写作指导与学术道德规范》（1 学分）；

《管理学》（2 学分）；

《市场营销学》（2 学分）；

《企业战略管理》（2 学分）；

《组织行为学》（2 学分）；

《经济学》（2 学分）；

《人力资源管理》（2 学分）；

《财务管理》（2 学分）；

《运营管理》（2 学分）；

《会计学》（2 学分）；

《管理信息系统》（2 学分）；

《统计与决策分析》（2 学分）。

#### 3. 专业选修课：不少于 10 学分。

工商管理专业学位硕士研究生选修课学分不少于 10 学分。

《企业社会责任与伦理》（2 学分）；

《职务分析与组织设计》（2 学分）；  
 《现代企业制度与公司治理》（2 学分）。  
 《商业模式设计》（1 学分）；  
 《数字化转型与管理创新》（2 学分）  
 《市场调查方法与应用》（1 学分）；  
 《大数据分析》（2 学分）  
 《西藏产业发展专题》（2 学分）；  
 《西藏区域品牌建设专题》（1 学分）  
 《中国传统文化与企业管理》（1 学分）  
 《企业经营沙盘模拟》（2 学分）

4. 社会实践和学术活动：1 学分。

在校期间参加学校、全国或国际学术会议、学术讲座（论坛）、学术研讨或“三助一辅”（助研、助教、助管、兼职辅导员）或进藏调研 7 天及以上并撰写调研报告或参加校外实习满半年者，计 1 学分。

## （二）课程设置

表 1：公共必修课

课程类别	课程名称	总学时	总学分	开课学期	开课单位
公共必修课	马克思主义与社会科学方法论	17	1	1	马克思主义学院
	新时代中国特色社会主义理论与实践研究	34	2	2	马克思主义学院
	研究生公共外语	68	4	1	外语学院

表 2：专业必修课和专业选修课

课程	课程名称	总	总	开课	开课单位
----	------	---	---	----	------

类别		学时	学分	学期		
专业必修课	本专业所有领域必修课	论文写作指导与学术道德规范	17	1	2	各研究生培养单位
		管理学	34	2	1	管理学院
		市场营销学	34	2	2	管理学院
		企业战略管理	34	2	2	管理学院
		组织行为学	34	2	1	管理学院
		经济学	34	2	1	管理学院
		运营管理	34	2	3	管理学院
		财务管理	34	2	3	管理学院
		人力资源管理	34	2	2	管理学院
		会计学	34	2	2	财经学院
		管理信息系统	34	2	1	管理学院
		统计与决策分析	34	2	1	财经学院
不少于10学分		企业社会责任与伦理	34	2	3	管理学院
		职务分析与组织设计	34	2	2	管理学院
		现代企业制度与公司治理	34	2	3	管理学院
		商业模式设计	17	1	3	管理学院

专业选修课	数字化转型与管理创新	34	2	3	管理学院
	市场调查方法与应用	17	1	3	管理学院
	大数据分析	17	2	3	信工学院
	西藏产业发展专题	34	2	3	管理学院
	西藏区域品牌建设专题	34	1	3	管理学院
	中国传统文化与企业管理	17	1	3	管理学院
	企业经营沙盘模拟	34	2	3	管理学院

表 3：社会实践与学术活动

培养环节	总学分	具体要求
社会实践与学术活动	1	在校期间参加学校、全国或国际学术会议、学术讲座（论坛）、学术研讨或“三助一辅”（助研、助教、助管、兼职辅导员）或进藏调研 7 天及以上并撰写调研报告或参加校外实习满半年者，计 1 学分。

## 六、中期考核

中期考核是研究生正式进入学位论文研究阶段前的一次综合性考核，由各培养单位统一组织，重点考查研究生是否掌握较为坚实的基础理论和系统的专业知识；能否综合运用这些知识分析和解决问题；是否具备一定的创新性研究及 ze 实践 ze 工作的能力。

专业学位硕士研究生一般应当在入学后第四学期结束前完成中期考核。专业学位硕士研究生培养单位应根据《西藏民族大学研究生中期考核规定》制定本单 ze 位中期考核实施细则。考核内容为政治思想、组织纪律、课程学习、学术研究等方面。考核结束后填写《西藏民族大学研究生中期考核表》。中期考核未通过者可按规定申请再次考核，第二次考核仍未通过者予以肄业。

## 七、学位论文开题报告

开题报告是为论证、审核研究生学位论文选题及内容而举行的专门报告会，旨在监督和保障学位论文质量，应由各培养单位统一组织。

达到规定的学分，论文选题和开题报告提交导师审阅同意后，方可申请参加开题报告答辩。开题报告的主要内容应包括选题背景与意义、国内外研究现状、研究方法、研究创新点与不足、参考书目等。

专业学位硕士研究生学位论文开题报告应当由开题报告审核小组审核，填写《西藏民族大学研究生开题报告审批表》。

开题报告通过者，方可开始撰写论文；开题报告未通过者可按规定申请再次开题。开题报告通过者如因特殊情况提出变更学位论文选题，应重新举行开题报告会。

## 八、学位论文撰写

学位论文是进行学位评定的主要依据。研究生在攻读学位期间，应当在指导教师指导下参照教指委的要求独立完成学位论文研究工作，相应形成的创新成果应当以学位论文的形式完整呈现。学位论文研究的实际工作时间一般不少于一年。

（一）学位论文使用语言：外语类学位论文撰写可使用所学语言，非外语类学位论文撰写须使用国家通用语言文字。

（二）学位论文必须符合学术规范和学术诚信要求，具体要求见《西藏民族大学研究生学位论文格式规定》的相关规定。

（三）学位论文字数：专业学位硕士学位论文一般不少于 1.5 万字（外文撰写，一般不少于 8000 词），摘要 300-500 字（外文撰写，一般不少于 150-250 词）。

## 九、学位论文答辩

专业学位硕士研究生全面完成本学科培养方案规定的各个环节，在规定期限内完成学位论文，提交论文终稿，经指导教师以及论文评阅人同意，方可申请答辩。如论文题目出现重大修改，应重新开题后方可申请答辩。学位论文的答辩程

序按照《西藏民族大学硕士研究生学位论文答辩管理规定》《西藏民族大学硕士学位授予工作细则》执行。

为保障论文质量，严把论文质量关，专业学位硕士学位论文均应参加匿名评审。具体要求见《西藏民族大学硕士研究生学位论文答辩管理规定》《西藏民族大学硕士学位授予工作细则》的相关规定。

## 十、阅读书目

### （一）必读书目

- 1.斯蒂芬·P·罗宾斯著：《管理学》（第十三版），中国人民大学出版社，2017年版。
- 2.（美）肯·史密斯（Ken G.Smith）等著：《管理学中的伟大思想》，北京大学出版社，2016年版。
- 3.明茨伯格著，徐二明译：《战略过程》，中国人民大学出版社，2012年版。
- 4.（美）理查德 L.达夫特著，王凤彬等译《组织理论与设计》（第十二版），清华大学出版社，2017年版。
- 5.（美）詹姆斯 G.马奇，赫伯特 A.西蒙著：《组织》，机械工业出版社，2013年版。
- 6.（美）西蒙著：《管理行为》，机械工业出版社，2013年版。
- 7.（美）杰弗里·A.迈尔斯著：《组织与管理研究必读的40个理论》，北京大学出版社，2017年版。
- 8.（美）钱德勒著，张逸人等译：《规模与范围》，华夏出版社，2006年版。
- 9.（美）迈克尔·古尔德，安德鲁·坎贝尔，马库斯·亚历山大著，黄一义等译《公司层面战略》，人民邮电出版社，2004年版。
- 10.加里·阿姆斯特朗，菲利普·科特勒著：《市场营销学》（第十二版），中国人民大学出版社，2017年版。
- 11.斯蒂芬·罗宾斯，蒂莫西·贾奇著：《组织行为学》（第十六版），中国人民大学出版社，2016年版。

### （二）选读书目

- 1.（美）道格拉斯·麦格雷戈著：《企业的人性面》，浙江人民出版社，2017年版。
- 2.（美）巴纳德著：《经理人的职能》，机械工业出版社，2013年版。
- 3.（美）拉姆·查兰著：《引领转型》，机械工业出版社，2014年版。
- 4.（美）拉姆·查兰著：《持续增长》，机械工业出版社，2016年版。
- 5.（日）稻盛和夫著，曹岫云译，《阿米巴经营》，中国大百科全书出版社，2016年版。
- 6.（韩）W.钱·金，（美）勒妮·莫博涅著：《蓝海战略》，商务印书馆出版，2016年版。



7. (美) 彼得·圣吉著：《第五项修炼》，中信出版社，2018 年版。
8. (美) 彼得·德鲁克著：《管理的实践》，机械工业出版社，2018 年版。
9. (美) 彼得·德鲁克著：《公司的概念》，机械工业出版社，2018 年版。

## 十一、课程描述

【每门课程不超过 300 字，简要介绍教学目的、内容、方式、要求、考核方式等。】

### (一) 专业必修课

#### 1.课程名称：论文写作指导与学术道德规范

课程简介：课程主要讲授学术研究的科学规范与基本规程，学术研究思维、素养的培养及学术研究的开展、学术研究方法的使用等等。同时探讨作为学术研究重要内容的学术论文的选题、写作等基本规范及相关知识。

#### 2.课程名称：管理学

课程简介：管理学是研究人类管理活动一般规律的科学，其学习和研究的目的是在揭示管理活动一般规律的基础上，分析这种规律在特定时期的表现形式，探讨如何根据这种规律指导不同情境下的管理实践。主要内容包括：管理的内涵与本质、管理的基本原理与方法、管理活动的时代背景、管理理论的历史演变、决策及其过程、环境分析与理性决策、决策的实施与调整、组织设计、领导的一般理论、激励原理、控制的方法与技术、创新原理等。

#### 3.课程名称：市场营销学

课程简介：课程包括市场营销学的系统理论、原理、方法等知识，了解市场营销活动的前沿信息和知识，理解市场营销的内涵，掌握营销环境相关因素的分析方法，并通过相关研究方法对营销战略和策略做出正确的分析和评价。

#### 4.课程名称：企业战略管理

课程简介：本课程旨在帮助学生理解战略管理的理论视角、内容和在中国情境下的应用。在对企业内外部环境分析基础上，针对企业的发展与竞争定位制订切实可行的战略，并将其付诸实施和进行控制。通过学习，掌握战略管理的理念和实质、环境分析、战略规划、战略实施和战略控制等内容，注重训练理论和案例相结合的分析能力。

#### 5.课程名称：组织行为学

课程简介: 组织行为学就是研究在组织中以及组织与环境相互作用中, 人们从事工作的心理活动和行为反应规律性的科学。这是一门以人为中心的现代管理学, 是多学科相交叉的边缘性科学, 是理论与实践紧密结合的应用性科学。组织行为学是本专业的一门的专业理论课。通过教学使学员掌握组织行为学的基本知识、基本原理和研究方法, 使学员对组织中人的行为的规律有较明确的了解, 并能结合实践解决管理中涉及到组织中人的行为的各种问题, 在实现组织目标中, 成为一个合格的管理者。

#### 6.课程名称: 经济学

课程简介: 本课程划分为微观经济学和宏观经济学两大部分, 围绕需求、生产、成本、市场等要素为企业决策和管理提供一种系统而又有逻辑的分析方法, 为有效的实现经营目标提供各种数学和统计分析工具。帮助学生掌握分解复杂问题的方法, 运用经济学思维进行企业决策, 指导企业决策者高效率地配置稀缺资源, 制定和实施能使企业目标得以实现的经济决策。

#### 7.课程名称: 运营管理

课程简介: 课程包含了生产运作管理的相关理论、生产与运作策略、产品开发、生产系统选址与布局、供应链管理等内容, 并通过案例讨论等让学生掌握生产运作管理的基本概念和各项生产与运作工作的理论、方法。

#### 8.课程名称: 财务管理

课程简介: 课程阐明了财务管理的基本理论和基本方法。本课程以企业资金运动为中心内容, 阐述财务管理的基本概念、管理原则、管理制度等理论问题以及预测、决策、计划、控制、分析等业务方法。

#### 9.课程名称: 人力资源管理

课程简介: 人力资源管理主要讲授人力资源管理的相关理论和实践知识。课程内容设计人力资源战略、招聘和选择、人力资源开发、薪酬和福利等模块, 在掌握人力资源管理的基本方法和技巧的同时, 探索符合中国国情的人力资源管理模式。

#### 10.课程名称: 会计学

课程简介: 本课程重点介绍管理会计在企业决策、计划与控制等管理功能中的应用原理、方法及理论。

### 11.课程名称：管理信息系统

课程简介：本课程旨在使学生熟悉管理信息系统的有关概念，了解信息资源管理的基本知识和各种先进技术及其发展趋势，引导和启发学生有效地利用信息技术，帮助企业实现管理创新、研发创新和商业模式创新，提升学生借助信息技术获得企业竞争战略优势的能力，以及如何组织企业员工积极参与及制定企业信息系统战略规划、开发、使用和管理维护工作，为学生有效的利用信息技术开展商务活动打下坚实的基础。本课程的主要内容包括：信息系统革命，信息系统的战略角色，信息系统与决策，计算机与信息处理，信息系统软件，信息资源的管理，电子商务，知识的管理等内容。

### 12.课程名称：统计与决策分析

课程简介：本课程设置的目的是为进行经营管理问题的研究和实践提供统计学和运筹学的方法；为其他有关专业课程提供数据分析方面的基础；提高学生处理数字信息的能力；以统计学和运筹学的独特思维方式对学生进行思维训练，开拓思路。

## （二）专业选修课

### 1.课程名称：企业社会责任与伦理

课程简介：通过对本课程的学习，使学生了解商业伦理与企业社会责任的基本原理和基础知识，掌握商业伦理与企业社会责任理论的前沿发展；认识商业伦理与企业社会责任在商务活动中的重要性；并根据商业伦理与企业社会责任的案例分析商业伦理的基本运作。

### 2.课程名称：职务分析与组织设计

课程简介：通过对本课程的学习，使学生全面了解组织设计方法，掌握现代组织设计与职位管理理论，新兴的工作职位分析技术及操作方法，拓宽学生的管理知识视野，提高管理理论素养，提升组织设计管理能力、研究能力和实践能力。

### 3.课程名称：现代企业制度与公司治理

课程简介：本课程系统介绍企业与企业制度、现代企业与现代企业制度、公司的基本类型、公司设立与公司登记、公司产权制度、现代企业的产权转让、现代企业破产制度、现代企业的组织结构、现代公司治理理论、股份公司的法人治理结构、现代企业制度与现代企业家以及如何加速建立我国的现代企业制度等内

容。通过课程学习，帮助学员了解和掌握如何完善公司治理的基本架构、公司股权结构；了解如何完善企业经营者的约束和激励机制，大力发展机构投资者，发挥机构投资者在公司治理中的作用；了解和掌握上市公司退出机制、并购市场，提高资本市场使用的有效性。

#### 4.课程名称：商业模式设计

课程简介：本课程主要讲授企业商业模式设计的问题，内容主要有商业模式概述（基本概念、理论发展、学习内容及学习方法等）；价值链、产业链、供应链思维与商业模式；产品型商业模式；客户型商业模式设计；高新技术与商业模式设计；消费视角下的商业模式设计；渠道视角下的商业模式色痕迹；知识视角下的商业模式设计及产品视角下的商业模式设计等。

#### 5.课程名称：数字化转型与管理创新

课程简介：本课程是企业转型的重要方向以及企业发展的动力。本课程主要介绍当前世界数字经济发展的基本态势，发展特点以及存在的问题，数字化转型战略与管理架构；理解创新模式和方式，通过案例分析和企业实践，帮助企业管理者更好地理解数字化转型的战略与实践，发现创新的可能性，培养创新思维，塑造创新文化，激发企业创新活力，实现企业可持续发展。

#### 6.课程名称：市场调查方法与应用

课程简介：本课程通过教师讲授、师生讨论、学生调研实践等方式，使学生掌握市场调研方案的拟定，学会如何进行市场调研研究，如何运用统计技术等内容，使学生在思想上转变认识，提高社会研究的科学性和规范性，掌握科学研究的一套方法，并形成发现问题—分析问题—解决问题的能力，培养求实创新、实证实践的科研素质和精神。

#### 7.课程名称：大数据分析

课程简介：通过对本课程的学习，让学生接触并了解大数据分析的工作原理和使用方法，探索和分析的数据模式，了解将数据转化为有价值的可用信息的大数据分析方式和工具，并具有较强的分析问题和解决问题的能力。

#### 8.课程名称：西藏产业发展专题

课程简介：本课程立足西藏生态、资源、社会等现实情况对西藏产业发展现状、发展条件、制约因素等进行分析，以专题形式对西藏高原生物、旅游文化、

绿色工业、清洁能源、现代服务、高新数字、边贸物流等七大产业发展问题及发展策略进行讨论，以深化对西藏产业的认识。

#### 9.课程名称：西藏区域品牌建设专题

课程简介：本课程以专题形式关注西藏特色旅游品牌、特色文化品牌、高原特色农产品品牌、区域品牌建设，从学理上探讨民族地区特别是西藏品牌管理应如何适应西藏经济社会发展变化；从实践上探讨西藏品牌建设中存在的重点、难点问题，探讨政策建议。

#### 10.课程名称：中国传统文化与企业管理

课程简介：本课程力图深入全面地介绍中国传统文化中蕴含的丰富管理智慧，挖掘其中适用于现代企业管理的因素，联系我国经济建设和企业改革与发展的实际，建设独具特色的企业文化，以构建企业的核心竞争力。通过本课程的学习，是学生掌握中国传统文化的基本概念、精髓和蕴含的管理思想；能够找到中国传统管理思想与现代企业管理的契合点，从而实现中国传统管理思想与现代管理理论在现实中的对接；能够从理论和实践两方面提供所面临问题的解决思路。

#### 11.课程名称：企业经营沙盘模拟

课程简介：本课程是将专业理论与经济管理实践相结合的一门体验式课程，是专业理论在企业经营运作中的应用。本课程通过沙盘来模拟现实企业的生产经营管理运作过程，将学生置身于虚拟的企业经营环境之中，几名学生组成一组共同运营一个企业，将其发展壮大。学生们在各自的岗位上各司其职，各个岗位之间需要相互协调配合，通过团队合作把整个企业经营好。通过该课程的学习，使学生熟悉企业的经营业务流程，亲身体会并模拟企业的团队建设、经营管理、经营决策、营销策略和企业之间的竞争与协作等。提高学生理论联系实际、分析问题与解决问题的能力以及进行科学管理决策的能力。

总负责人：陈刚 负责人：张剑雄 执笔人：郝瑾