

南京大学工商管理硕士 (MBA) 研究生培养方案

为了贯彻实施全国工商管理硕士 (MBA) 研究生指导委员会“关于工商管理硕士 (MBA) 研究生培养过程的若干基本要求”，根据我校硕士学位教育“二三三”改革方案的总体设计要求和 MBA 专业硕士学位的培养特点，结合我校 MBA 承办单位——商学院拥有经济和管理两大学科的实际情况，及具有南京大学特色的工商管理硕士学位人才培养基地的需要，制定本培养方案。

一、目标

培养具有学术素养的高水平应用型管理人才。具体目标为：道德品质、国际化视野、知识获取、团队合作、解决问题的能力 and 创新能力（基于 AACSB 认证）。

二、定位

1、在职 MBA：培养具有创意思维，创新、创业能力的管理菁英，促进职业发展，打造“南大系企业家”；

2、国际双学位 MBA（密苏里）：具备扎实经济管理理论基础和熟练英文沟通技能的国际化职业经理人，促进职业转型和发展。

三、特色

1、培养“诚朴”的管理菁英和青年企业家

南京大学的 MBA 项目培养特色的确立和实现，扎根于南京大学的人文、科学和文化土壤，得益于南京大学校风学风的深厚滋养，以培养“诚朴”的企业家为项目发展的首要特色。南京大学 MBA 的诚朴表现在其群体特征上，概括为三个方面：一是强烈的社会责任、二是深厚的文化底蕴、三是稳健的成长战略。

2、“学科融合”的课程体系

南京大学的 MBA 教育得到了管理学、经济学、人文社科、自然科学多学科的共同支持。受益于南京大学商学院经济学与管理学“学科融合”支撑的课程体系和优质师资队伍。商学院的师资团队共有教授 66 人、副教授 55 人，其中拥有长江学者特聘教授 6 人，国家级教学名师 3 人。南大研究生院还聘请了 170 位 MBA 兼职导师，在整个教学环节，尤其是学生实践课程、案例开发、讲座论坛等方面发挥作用，真正做到课堂内外相结合、理论与实践相结合。

3、立足“长三角”，深度区域化

南京大学 MBA 项目的发展，坚持“三个面向”的发展方向，即面向江苏省和长三角地区经济增长的需要，面向现代化经济建设主战场和面向世界经济一体化的趋势，培养具有创新思维、创新能力的高素质工商管理菁英。南京大学 MBA 扎根“长三角”这一中国经济最活跃、最发达的区域之一，拥有得天独厚的人文、经济、政府、学术等综合资源，有利于打造政、产、学、研合作互动的平台，深度整合区域内的政府、企业、学校、市场的优质资源，为学生的学习提高和职业发展提供丰厚的土壤。

四、教师

1、教师是 MBA 教育的主体力量，是 MBA 教育质量的基本保证。担任 MBA 课程教学的教师队伍，要求具有“立德树人”的教育理念和高尚的人格，勇于探索与开拓进取的精神，认真与负责的态度，合理的知识、年龄和职称结构。MBA 任课教师一般都具有博士学位和副教授或以上职称，均具有丰富的教学经验及一定的社会实践经历。

2、MBA 任课教师在授课学期的上一学期结束前一周，将本课程的教学大纲交 MBA 教育中心，由中心存档备案并在开学初一周内印发给授课班级。

3、MBA 教育中心在 MBA 任课教师授课过程中，组织学生对所有课程进行期中沟通和交流；在 MBA 任课教师完成授课任务后，组织学生对所有任课教师的教学工作进行网上评估。评估结果作为教师职称评定、考核与奖惩的参考。中心同时把评估结果反馈给任课教师，以便不断改进教学方法和提高教学质量。

4、教师除担任教学任务外，具有硕士及以上指导资格的教师还需要指导 MBA 学生的学位论文。指导教师需按照 MBA 学位论文写作手册的要求指导学生认真完成学位论文并决定论文是否达到答辩要求。指导教师对论文质量负有一定的责任，答辩未获通过或抽检不合格的论文，指导教师有责任继续指导学生修改直至符合要求。

5、商学院提供 MBA 任课教师国内与国外进修学习的机会，教师可根据自己的情况申请。具体项目届时由 MBA 教育中心负责通知、联系。

6、所有 MBA 任课教师所承担的教学任务均为计划内的教学任务，列入教师工作量的考核内容。

7、核心课程在教学中使用的案例数不少于 3 个。需要使用哈佛或其他具有知识产权案例的，于前一学期末在商学院“案例研究与教学中心”登记，统一办理购买手续；学院鼓励教师自己开发案例，并应用于教学中。

8、任课教师要理论联系实际，学院鼓励每一门核心课程的最后一次课由任课教师聘请具有丰富实践经验并有一定理论水平的企业高层管理人员参与授课，MBA 教育中心负责对外聘企业高管授课进行单独评估。

五、教学

MBA 的教学体系共由 3 部分组成：必修课程、选修课程和学位论文。所有 MBA 学生必须至少修满 56 个学分方可毕业：其中必修 33 个学分，选修 18 个学分和学位论文 5 个学分。

1、必修课程（33 学分）

必修课程包括先修课程（部分）、基础课程和专业核心课程共 19 门。

【说明】根据学校“二二三”硕士培养方案的总体要求，课程类别分为 ABCD 四类，即 A 类：全校公共外语、政治理论等公共基础课程；B 类：以知识基础构建为重点的专业基础课程；C 类：以实践能力培养为重点的专业实践课程；D 类：各类选修课程。

必修课程一览表

类别	序号	课程	学分	课程类别
先修课程	1	管理思维与商业逻辑	1	A
	2	企业社会责任	1	A
	3	中国特色社会主义的理论与实践	2	A
基础课程	4	宏观经济学	2	B
	5	管理经济学	2	B
	6	国际经济学	2	B
	7	会计学	2	B
	8	数据模型分析与决策	2	B
	9	商务英语	2	B
	10	商法	1	B
专业核心课程	11	人力资源开发与管理	2	B
	12	组织行为学	2	B
	13	市场营销学	2	B
	14	公司理财	2	B
	15	运营管理	2	B
	16	企业战略管理	2	B
	17	信息系统与电子商务	2	B
	18	企业管理研究工具与方法	1	C
	19	企业咨询理论与实务	1	C
总学分			33	

2、选修课程（18 学分）

选修课程包括中/外文选修课、实践整合、品牌活动和境外访学 4 部分，每位学生必须至少选修 18 个学分。

选修课程一览表

项目	内容	学分	课程类别	备注
选修课	专业方向课群	1 分/门	C	至少修 6 学分 (必选一个专业方向)
	行业前沿模块	1 分/门	C	
	职业生涯规划	1 分/门	D	
	人文素养模块	1 分/门	D	

	外文	英文选修课程	1分/门	D	至少修2学分
		语言课程（二外）	1分/门	D	
实践整合		行动学习	1分	C	至少修3学分
		项目实践	1分	C	
		案例开发	1分	C	
		案例大赛	0.5-2分	C	
		创新创业大赛	1-2分	C	
品牌活动		新生 Orientation	1分	C	至少修3学分
		二年级 Orientation+	1分	C	
		三年级走非常道 穿越百年南大 27KM	1分	C	
		寻路商帮	1分	C	
境外访学		美洲、欧洲、亚洲及港澳台	2分	C	至多可得2学分

注：上述培养方案中实践整合课程（含案例课程）的学分比重约为45%。

3、学位论文（5学分）

MBA学生必须要撰写学位论文，并且通过论文答辩方可获得硕士学位。

撰写论文的时间：第三学期确定论文指导老师并开题，第四学期准备论文，第五学期论文答辩。

六、培养过程安排

项目	学制（年）	第一至第三学期	第四学期	第五学期	总学分
工商管理硕士（MBA）	2.5	基础核心课程（必修课）	选修实践整合课程	论文答辩 毕业	56学分
密苏里国际双学位工商管理硕士（MBA）	2.5	第一至第二学期	第三至第四		

			学 期		
		基础核心课程 (必修课)	美国学习		

七、管理

工商管理硕士 (MBA) 教育是一种专业学位研究生教育, 是我国研究生教育中的一种类型, 在组织管理体制上与其他研究生一致。工商管理硕士 (MBA) 研究生教育在我校实行校、院二级管理体制。学校一级由校学位委员会和研究生院归口统一管理, 院一级由商学院及其学术委员分会负责管理。考虑到 MBA 教学的特点, 学校建立了 MBA 教育指导委员会, 学校、研究生院与商学院的有关领导参加教育指导委员会。教学质量的保证基于 AACSB 认证体系及 CAMEA 认证体系, 设立了学习质量保证委员会 (AOL 委员会), 委员由各学科、系的教师代表, 校友代表组成; 商学院 MBA 教育中心具体负责与实施 MBA 的教育与教学管理工作。

八、实训基地

MBA 教育是实践性很强的专业学科教育。在课堂教育中, 要求并鼓励教师采取案例教学法, 做到理论教学与实践紧密结合。鼓励任课老师邀请有实践经验的中、高层企业管理人员结合课堂教学内容给学生开设讲座、与任课教师合作讲授, 或以企业现场课的方式, 将参访、讲座、交流融为一体, 丰富课堂形式与内容。目的就是推动理论与实践相结合的教学法的实施。学院鼓励教师结合课堂教学内容安排短期实习与考察活动。积极吸纳 MBA 学生工作单位作为 MBA 参观与实训基地, 广开门路加强与企业的联系, 结合课堂所学的知识, 为企业成长出谋献策。

商学院 MBA 教育中心已与数家知名企业建立了长期稳定的合作关系, 将其作为“一对一”的实训基地, 如苏宁控股集团股份有限公司、三胞集团、泉峰 (中国) 贸易有限公司等等。商学院 MBA 教育中心还致力于打造“一对多”的实训基地, 已经分别和南京经济技术开发区、南京市雨花经济开发区、南京市紫东国际创意园、江都经济开发区等开发区管委会合作, 将这些开发区的优质企业都纳入学生实训基地范围。

附件 1: 近年来开设的中、外文选修课程 (D 类)

方向	课程	学分
人力与组织行为	核心员工选拔	1
	危机管理	1
	商务沟通	1
	企业伦理	1
	全面薪酬体系和激励机制	1
	组织变革中的人力资源管理	1
	领导学	1

方向	课程	学分
	人力资源管理实务	1
战略与商业模式	文化产业与商业模式创新	1
	企业竞争优势分析	1
	房地产经济与金融	1
	战略与商业模式	1
	供应链管理	1
	创新管理	1
	产品差异化与竞争战略	1
市场营销	消费者行为学	1
	品牌管理—策略与应用	1
	客户关系管理	1
	消费研究	1
	为人：理性与不理性决策	1
	非理性行为与企业竞争决策	1
财务金融	证券投资学	1
	公司金融	1
	收购、兼并和企业重组	1
	金融市场与投资银行	1
	国际金融理论与实务	1
	投资管理学	1
	衍生金融工具	1
	财务报告分析	1
	纳税筹划	1
	基于 Excel 的应用商务统计	1
	行业分析：理论与实务	1
	证券投资、行为金融与量化对冲策略	1
	全球资本市场与金融投资风险管理	1
	金融市场与金融机构	1
投资 创业与	制度创新与企业发展	1
	服务业发展之创新与管理思维	1

方向	课程	学分
	投资银行与资本运作	1
	企业竞争策略与博弈	1
	企业购并重组	1
	项目投融资分析与评价	1
电子商务	物流与供应链管理	1
	B2C 网站运营与口碑营销	1
	项目管理	1
	数据挖掘与商务智能	1
	互联网时代的管理决策	1
	大数据时代的业务建模	1
	网络营销	1
企业经营国际	国际环境与企业经营	1
	国际商务理论与实践	1
	涉外经贸实务与管理	1
人文素养	国学与管理	1
	先秦诸子与中国古代政治思想	1
	中国传统文化	1
	管理心理艺术	1
	马克思主义原著选读	1
	自然辩证法概论	1
	马克思主义与社会科学方法论	1
文化创意	文化创意产业	1
	文化创意产业的财务管理与税法	1
	文化园区的规划与建置	1
	文化创意产业的创意、设计与产业化	1
	文化创意产业的经营管理与绩效评价	1
	文化创意产业的活动展演	1
	文化创意产业的市场调查与行销	1
英文选修课	Luxury Brand Management	1
	Marketing Research	1
	Wine Tourism	1

方向	课程	学分
	Leadership	1
	Innovation and Venture	1
	American Business Acquisition	1
	Services Management	1
	Advanced Business Strategy	1
	Business Strategy and Information Technology	1
	Electronic Commerce Business Models, Strategy and Operations	1
	Innovation and Technology Entrepreneurship	1
	Global Capital Market and Financial Risk Management	1
	Conflict Management	1
	语言课程	初级日语
西班牙语入门		1
商务德语入门		1
法语语言文化入门		1