**工商管理一级学科硕士研究生培养方案（1202）**

经济与管理学部工商管理学院

# 一、指导思想

工商管理专业（Business Administration）是研究工商企业经济管理基本[理论](https://baike.baidu.com/item/%E7%90%86%E8%AE%BA%22%20%5Ct%20%22_blank)和一般方法的[学科](https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%A6%E7%A7%91/2634099%22%20%5Ct%20%22_blank)，工商管理专业的应用性很强，它的目标是依据[管理学](https://baike.baidu.com/item/%E7%AE%A1%E7%90%86%E5%AD%A6/250%22%20%5Ct%20%22_blank)、[经济学](https://baike.baidu.com/item/%E7%BB%8F%E6%B5%8E%E5%AD%A6%22%20%5Ct%20%22_blank)的基本理论，通过运用现代管理的[方法](https://baike.baidu.com/item/%E6%96%B9%E6%B3%95/2444%22%20%5Ct%20%22_blank)和手段来进行有效的企业管理和商业决策，保证企业的增长和可持续发展。本学科研究生培养过程有如下要求：

1、坚持“五育”并举，全面提升学生“德智体美劳”等素质；强化课堂主渠道的作用，强化思政建设，提升思想政治教育亲和力和针对性，建设高素质专业化教师队伍，满足学生成长发展需求和期待。

2、依托师大深厚的人文底蕴和育人文化，服务于为上海、长三角以及中国经济的繁荣与社会进步，强调人文精神培养与专业能力提升的整合，突出人才培养的国际化、复合型、创新型特征。

3、以国内外教育认证为契机，保障培养质量。依托经管学部多学科优势，多维融合全球合作院校、校友、业界力量，形成培养合力。以国家重大、重点项目为引领，形成高水平培养团队。依托统计、信息管理等学科，提供数据分析课程及实验教学。依托上海市人民政府决策咨询研究基地等机构，创新培养模式和平台。

4、以国际国内最高标准为引领，以学部申请AACSB论证为契机，构建质量保障体系。借鉴亚欧商学院合作方的国际认证经验，以参加洛桑酒店管理学院师资和专业认证、全面提升培养质量。

5、融合多维力量，形成培养共同体。依托校友、业界资源，通过讲座、校外导师、实习实践等多途径，打通第一、第二课堂。与上海纽约大学、里昂商学院、横滨国立大学等携手，探索创新访学、国际经营管理课堂等多样化合作形式。

# 二、培养目标

## 1．人才基本定位

（1）坚持党对教育事业的全面领导，坚持把立德树人作为根本任务，坚持扎根中国大地办教育，明确工商管理专业教育的使命担当，发挥华东师大作为“新中国第一所社会主义师范大学”和“双一流大学”的综合优势，践行“学高为师，身正为范”的育人理念。

（2）基于经济与管理学部“视野宽广 厚文重义”的育人目标，以及 “Creativity, Co-creation, Cause-related Responsibility （智慧创获、价值共创、责任担当）”的价值理念。

（3）本专业致力于培养具有家国情怀、全球视野、具有领导能力、勇于承担社会责任的复合型、创新型工商管理研究型人才。

## 2．毕业生综合素质要求

**一级学科总体要求：**

具有扎实的工商管理理论知识和专业方法，熟练掌握常用的科学研究方法；了解工商管理领域内国内外实践的发展动态；能运用既有理论解决企业具体实践问题，胜任在各类企事业单位从事管理工作的综合素养与专业要求；英语水平良好，能够熟练运用一门外语阅读外文资料，具备一定的外语写作能力和交流能力；有良好的沟通能力，有较强的团结协作和合作精神，具备组织管理和一定的领导能力；熟练掌握常用的计算机技术应用能力，具有搜集数据、分析数据的基本技能。

在一级学科总体要求下，各二级学科还有如下具体要求。

**企业管理专业：**

（1）熟悉新科技革命和数字化时代国际企业及本土企业经营管理的理论与实务。

（2）具有全球化视野和可持续性发展理念，批判性思维和创造性思维能力突出。

（3）掌握与现代企业经营管理相关的经济、法律、金融等方面的知识。

（4）了解统计学、心理学等相关学科的基础知识，有跨学科视角分析和解决企业管理问题。

（5）具有商业数据分析数据的基本技能，熟练运用企业管理相关的数字技术。

（6）具有在企业管理领域开展前沿性、本土化、创新性课题研究的能力与潜力。

**会计专业：**

（1）掌握财务会计的理论、概念结构、目标、信息质量要求和会计要素计量与确认，会计规范以及财务会计报告的理论与实务。

（2）掌握公司理财的相关理论，资产与证券价值评估、筹资与投资决策方法、风险及收益管理、跨国公司理财等实务。

（3）掌握会计预测、盈余管理及企业价值评价等相关理论与实务。

（4）能够熟练运用计算机分析及解决财会实际问题，具备在企事业单位从事财务咨询、财务战略规划、财务与会计管理等实际工作的综合素养与专业要求。

（5）掌握公司财务与会计理论研究的系统知识，能够熟练运用SAS、STATA等统计分析软件。

（6）具有在会计学领域开展前沿性、本土化、创新性课题研究的能力与潜力。

**旅游管理专业：**

（1）了解旅游企业集团化管理趋势、模式与经验，熟悉旅游行业和旅游企业经营活动性质与范围、管理的手段与方法。

（2）运用所学理论独立分析与研究本学科的理论问题，能在老师指导下，开展旅游企业或旅游行业类课题研究。

（3）具有出色的沟通协调能力与表达能力，有较强的团结协作和合作精神，具备良好的组织管理能力。

（4）英语水平良好，能熟练阅读和翻译本学科及相关领域的英文文献，具备撰写英文论文的能力和较熟练的英语听说能力。

（5）熟练运用计算机和网络，具备较强的信息获取能力。能够熟练运用SAS、STATA等统计分析软件。

（6）具有在旅游管理领域开展前沿性、本土化、创新性课题研究的能力与潜力。

## 3．培养特色

本专业汇聚国内外优秀生源，本校与外校直升占60%，“双一流”和985/211院校生源占55%；50%博士生来源于重点院校与研究机构。本专业培养国民经济与社会发展需要的研究型与新商科应用型人才。按宽口径、厚基础、重交叉的培养方案，为全国以及“一带一路”国家培养一流管理人才。

（1）中国深度。立足中国转型经济，彰显“中国本土化”学科研究特色，形成如下中国转型制度背景下的五个特色研究方向：品牌战略与企业增长、会计信息与财务决策、企业管理与本土发展、技术创新与企业绩效以及旅游产业与服务创新。

（2）全球广度。国际化覆盖到师资队伍、人才培养、课程设置和国际合作研究等层面，推行“走出去、引进来”的国际化战略，与美国、加拿大、法国、日本等国家开展2+2联合培养项目、双学位项目和牛津短期访学项目等与上海纽约大学、法国里昂商学院开办本科和市场营销硕士等国际合作项目，吸引了来自30多个国家的留学生。

（3）人文见长。本专业基于华东师范大学厚的人文底蕴和统计、心理等优势来进行培养机制创新，重视培养学生厚文重义的家国情怀，同时，引导学生聚焦国家发展战略展开学习和研究，并依托上海市决策咨询研究基地和多个行业合作平台，在国家品牌战略、两岸人力资源开发、房地产政策和旅游规划等领域，为政府、产业组织和企业提供有影响力的决策咨询服务。

# 三、二级学科（专业）

1.企业管理（120202）

2.会计学（120201）

3.旅游管理（120203）

# 四、毕业与学位要求

|  |  |
| --- | --- |
| **毕业与学位授予要求（一级指标）** | **二级指标点（观测点）及其内涵阐述** |
| **思想品质** | 1.1 | **理想信念：**拥有中国特色社会主义价值观，能从工商管理专业角度深入认识党和国家的重大决策，树立以扎实的专业学识和专业技能，服务中华民族伟大复兴中国梦的理想信念。 |
| 1.2 | **专业伦理：**具有社会责任感。熟悉本专业领域相关政策、法律、法规，并能够在本专业的实践活动中深入理解并严格遵守职业道德和职业规范。 |
| **专业素养** | 2.1 | **理论素养：**掌握较扎实的数学、统计学、经济学和管理学专业知识，掌握现代组织管理和工作所需要的商科知识。 |
| 2.2 | **专业技能：**掌握管理学、经济学的基本原理和现代企业管理的基本理论、基本知识；熟悉我国企业管理的有关方针、政策和法规以及国际企业管理的惯例与规则。 |
| 2．3 | **研究能力：**掌握文献检索、资料查询的基本方法，了解本学科的理论前沿和发展动态；掌握企业管理的定性、定量分析方法；具有初步的科学研究和实际工作能力。 |
| **创新能力** | 3.1 | **批判性思维：**培养具备在专业理论学习、实践后持续反思、总结的习惯，具备理性认识自己、他人和社会的独立思考能力。坚持真理，挑战权威。 |
| 3.2 | **创造性思维：**能从多角度、多侧面、多层次、多结构去思考工商管理现实问题，寻找答案，不受现有知识限制，并提出有原创性的解决方案。 |
| **学科融通** | 4.1 | **跨学科理解能力：**了解本学科与其它学科的交叉关系，能够从统计学、心理学、社会学等多学科视野分析研究工商管理现实问题。 |
| 4.2 | **跨学科研究能力：**了解和获得多学科研究方法，基于跨学科理论展开工商管理的原创性研究。 |
| **合作沟通** | 5.1 | **沟通能力：**具有同理心，善于通过多渠道合作交流，获得相关的学习、研究与实践资源。 |
| 5.2 | **领导能力**：通过良好的人格及前瞻性思维影响他人，构建团队，获得追随者，以实现学习、研究与实践目标。 |
| 5.3 | **全球胜任力：**具备全球背景下的国际视野、跨文化认知及对自我文化再认知能力，具备国内外的协作沟通能力。 |

# 五、学习年限与培养方式

## 1.学习年限

普通硕士研究生基本学习年限为3年，最长学习年限为5年。

## 2.培养方式

全日制培养方式，培养以课程学习和科学研究相结合，结合导师负责制，着重培养硕士生专业知识的深度和广度，并应用管理学方法研究实际问题的能力。

前3个学期必须完成规定的课程学习。其余时间主要用于论文研究、撰写及答辩。

课程考核分为考试与考查。必修课程进行考试，选修课程进行考试或考查。考试成绩按百分制、考查成绩按等级制记分。

通过培养模式创新来突出专业培养特色：（1）每门课程的任课教师提供中英文阅读书目和论文清单，加大英文论文的阅读量；（2）每门课程不少于一次案例教学，重点训练学生的批判和创造性思维能力；（3）发挥博导团队的力量；（4）建立课后评教反馈制度接收学生意见，并将建议反馈老师。

# 六、课程体系及学分要求

## 1.学分要求

（1）硕士研究生修读总学分28。各类别学分要求如下：

学位公共课（必修）6学分，学位公共课（选修）2学分，学位基础课4学分，学位专业课（必修）6学分，学位专业课（选修）8学分，跨学科或跨专业选修课2学分。

（2）补修课程要求：跨学科入学的研究生，应当在导师指导下补修本学科本科专业的有关课程，所得学分记为非学位课程学分，不计入培养方案总学分。

（3）港澳台硕士生可免修思想政治理论课，代之以修读《中国概况》。

（4）国际留学硕士生可免修思想政治理论课、第一外国语，须修读《中国概况》或《中国文明导论》和汉语课程等有关课程。以外语为专业教学语言的学科、专业的留学生毕业时，中文能力应当至少达到《国际汉语能力标准》三级水平。

## 2.课程体系

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程****类别** | **课程编号** | **课程中英文名称** | **学分** | **开课学期** | **修读要求** | **二级专业** |
| **学位公共课** | TYKC0611101006 | 新时代中国特色社会主义理论与实践Theory and Practice of Socialism with Chinese Characteristics in the New Era  | 2 | 秋 | 必选 |  |
| TYKC0611101001 | 马克思主义与社会科学方法论Marxism and Methodology of Social Science | 1 | 秋 | 文科必选 |  |
|  | 外国语English | 2 | 春/秋 | 必选 |  |
|  | 研究伦理与学术规范类课程Discipline and Ethics in Academic Research | 1 |  | 必选 |  |
|  | 通识选修类课程 | 2 |  | 必选 |  |
| **学分要求**：≥8 学分 |  |
| **学位****基础课** | SCBA5711102041 | 管理学原理与方法Principles and Methods of Management | 2 | 1/秋 | 必修 |  |
| SCBA5711102042 | 财务管理专题研究Corporate Finance | 2 | 1/春 | 必修 |  |
| **学分要求**：≥4学分 |  |
| **学位专业课（必修）** | SCBA5711102045 | 高级财务会计Advanced Accounting | 2 | 1/秋 | 必选 | 会计学 |
| SCBA5711102044 | 会计学专题研究Special Research of Accounting Theory and Practice | 2 | 1/春 | 必修 | 会计学 |
| SCBA5711102031 | 财务分析与决策Financial Statement Analysis | 2 | 1/秋 | 必修 | 会计学 |
| SCBA5711102048 | 营销管理Marketing Management | 2 | 1/春 | 必修 | 企业管理 |
| SCBA5711102049 | 人力资源管理Human Resource Management | 2 | 1/春 | 必修 | 企业管理 |
| SCBA5711102025 | 战略管理Strategic Management | 2 | 2/秋 | 必修 | 企业管理 |
| SCBA5711102016 | 旅游规划与管理Management of Tourism Planning | 2 | 1/秋 | 必修 | 旅游管理 |
| SCBA5711102015 | 旅游产业研究Research of Tourism Industry | 2 | 1/秋 | 必修 | 旅游管理 |
| SCBA5711102014 | 会展与节庆活动研究Advanced Development in the MICE Industry | 2 | 1/秋 | 必修 | 旅游管理 |
| **学分要求**：≥6学分 |  |
| **学位专业课（选修）** | SCBA5711102017 | 企业税收筹划Enterprise Tax Planning | 2 | 2/秋 |  | 会计学 |
| SCBA5711102009 | 高级管理会计Advanced Management Accounting | 2 | 1/秋 |  | 会计学 |
| SCBA5711102019 | 审计理论与实务Auditing Theory and Application | 2 | 1/春 |  | 会计学 |
| SCBA5711102046 | 管理经济学Managerial Economics | 2 | 1/春 |  | 企业管理、会计学 |
| SCBA5711102027 | 人力资源管理专题研究Current Topics in HRM | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102047 | 管理学专题研究Current Topics in Management | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102024 | 运营管理研究Operation Management Research | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102026 | 专业外语Business English | 1 | 1/春 |  | 企业管理、会计学 |
| SCBA5711102004 | 旅游者消费行为与决策Tourism Consumer Behavior | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102021 | 现代都市旅游研究Research on Modern Metropolitan Tourism | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102001 | 旅游目的地开发与管理Development of Tourism Destination | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102003 | 游憩地理Recreation Geography | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102002 | 邮轮旅游与市场开发Cruise Tourism | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102056 | 旅游人力资源管理Human Resource Management in Tourism Companies | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102043 | 旅游学术前沿专题讲座Lectures of Tourism Research Frontier | 2 | 1/春 |  | 旅游管理 |
| SCBA5711102054 | 不动产创新管理Real Estate Innovation Management | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102055 | 产业竞争分析Analysis of Industry Competition | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102050 | 城市与房地产经济学Urban and Real Estate Economics | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102051 | 经济地理与企业选址Economic Geography and Enterprise Location | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| SCBA5711102052 | 策略性思维Strategic Thinking | 2 | 1/春 |  | 企业管理 |
| **学分要求：**≥8学分 |  |
| **跨一级学科课程** |  | 跨一级学科选修课1 |  |  | 必选 |  |
| **学分要求：**≥2学分 |  |
| **非学位课程** | 修读培养方案要求以外的课程，如补修本专业本科课程等，不计入培养方案总学分。 |  |
| **总学分** | ≥28学分 |  |

# 七、培养环节考核

硕士研究生培养环节主要包括：基本文献阅读能力考核、开题报告、实践环节和科研训练、学术活动、中期考核，鼓励各院系（学部）开展预答辩，各环节考核时间安排详见下表：

| 学期 | 零 | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 硕士 | 优秀本科生修读研究生阶段课程 |  |  | 基本文献阅读能力考核开题报告学术活动实践环节中期考核鼓励开展预答辩 | 答辩 |
|  | 科研训练贯穿始终 |

## 1.基本文献阅读能力

（1）考核时间：第二学年第二学期

（2）考核要求与细则：文献阅读报告，需提交导师评定，并报学院备案。

（3）考核结果说明：考核结果分为通过、不通过。本环节不通过，则中期考核不通过。

## 2.开题报告

（1）考核时间：第二学年第二学期

（2）考核要求与细则：开题报告考核小组成员不少于3人，由具有硕士生指导资格的、副高级及以上职称的专家组成。硕士生在与导师商定毕业论文选题后需撰写《华东师范大学论文开题报告表》，且开题报告表经导师审阅同意后方可参加开题报告考核。

（3）考核结果说明：考核结果分为通过、不通过。开题结束后硕士生将开题报告表提交学院备案，未通过者，可申请2-3个月后进行第二次开题；两次未通过者（含主动放弃者），按肄业处理。研究过程中，如论文课题出现重大变动的，应重新组织开题。

## 3.学术活动

（1）考核时间：第二学年第二学期

（2）考核要求与细则：学术活动包括各类学术讲座、学术会议和学科竞赛等。硕士生在学期间参加各类学术活动的次数应不少于30次。每次活动结束后3天内由硕士生完成网上在线登记。达到要求后，系统生成《华东师范大学研究生学术活动登记表》，并由硕士生送交导师审核评定后，交所在院系备案。

（3）考核结果说明：考核结果分为通过、不通过。本环节不通过，则中期考核不通过。

## 4.实践环节与科研训练

（1）考核时间：第二学年第二学期

（2）考核要求与细则：实践环节和科研训练包括教学实习或科研实践，和社会实践。教学实习或科研实践需完成至少40学时的工作量，社会实践需完成至少10个工作日的工作量。硕士生需在第二学年第二学期结束前完成各项实践活动。导师需与指导学生共同商定各项实践活动开展方案，并向学院报备。完成后，硕士生在线填写、提交《华东师范大学研究生教学实习／科研实践考核表》、《研究生社会实践考核登记表》，经导师和院系评定后，报交所在院系存档。

（3）考核结果说明：考核结果分为通过、不通过。本环节不通过，则中期考核不通过。

## 5.中期考核

（1）考核时间：第五学期

（2）考核要求与细则：中期考核主要包括课程修读、基本文献阅读能力、开题报告、学术活动、实践环节和科研训练等完成情况，以上各环节考核通过者，中期考核通过，否则为不通过。

（3）考核结果说明：中期考核通过者，方可进入毕业论文预答辩或答辩程序。不通过者，学院将会同导师共同就学生学业进展情况，作延长学习年限、结业或肄业处理。

## 6.论文预答辩

（1）考核时间：第六学期初

（2）考核要求与细则：预答辩工作由学院统一组织，预答辩小组具体负责，预答辩小组至少3名具有副高级以上职称的同行专家组成。

（3）考核结果说明：预答辩结果分为三类：合格、基本合格和不合格。预答辩合格者以及基本合格但修改后经导师同意者，可进入论文评阅、答辩等后续环节。预答辩不合格者，硕士生根据预答辩小组意见，全面修改论文，经导师审阅同意后，重新进行预答辩。

# 八、创新成果考核

硕士生原则上要求在校期间公开发表论文1篇，以下四种情况均可等同于公开发表：

第一，以第一作者（或导师为第一作者）在CSSCI、SSCI等核心期刊公开发表论文与本专业相关论文至少一篇。

第二，以第一作者（或导师为第一作者）提交3000字以上专报一篇且获得省级领导批示，可同等于公开发表论文一篇。

第三，以第一作者（或导师为第一作者）撰写完成案例研究一篇，并进入中国管理案例库或中欧国际案例库，可同等于公开发表论文一篇。

第四，以第一作者（或导师为第一作者）在国际会议发表论文并附有录用证明。

第五，硕士生在校期间未能发表论文（上面第一项要求），但如果有正式录用函并经导师签字后，等同于公开发表论文一篇。

第六，特殊情况由学位委员会进行审议。

# 九、学位论文要求

硕士生应有不少于1年的时间，在导师和导师组的指导下，进行学位论文相关的科研训练，独立设计和完成某一科研课题，培养独立科研工作能力的过程。硕士学位论文可以是基础研究或应用基础研究，也可以结合科研攻关任务从事应用开发研究，但须有自己的独创性见解或特色。

硕士生学位论文的基本要求、评阅、盲审、答辩，以及学位申请、学位评议与授予，按照《华东师范大学学位授予工作细则》的相关规定执行。

1. 论文选题必须经过认真的调查研究，查阅大量文献资料，了解研究方向的历史、现状和发展趋势，在此基础上确定自己的学位论文题目。论文的选题要突出专业特性，必须属于会计与公司财务领域,在前人工作基础上有所创新，有学术价值或理论和实践意义，论文对所研究的课题要有新的见解。

2. 论文开题精心组织好开题报告论证会，导师指导学生做好论文的选题工作。

3. 论文撰写论文开题结束后，研究生应根据论文工作计划，定期向导师及指导小组作阶段报告，以取得指导和帮助，为学位论文的完成奠定基础。研究生与导师应对论文的最终质量共同负责。

4. 论文须结构合理，内容完整，研究方法准确，条理清晰，语言流畅，行文规范，字数不少于5万字

5. 论文评阅与答辩评阅和答辩实行单项打分，对部分论文实行“双盲”评定。采取有效的监控措施，排除各种非学术因素对论文的审查、评阅和答辩工作的干扰。

# 十、必修课程教材

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 选用教材（含教材、教学参考书） |
| 管理学原理与方法 | 黄炽森(2012) 。「研究方法入门：组织行为及人力资源的应用」。南京：南京大学出版社。金润圭主编.管理学（第二版）[M].华东师范大学出版社，2015年出版. |
| 财务管理专题研究 | (美) 斯科特.贝斯利，财务管理精要（第十四版），北京大学出版社。 |
| 高级财务会计 | 耿建新等，《高级会计学（第8版）》，中国人民大学出版社，2019.Williams等，Financial & Managerial Accounting –The Basis for Business Decisions (18th edition)，China Machine Press，2019. |
| 会计学专题研究 | 吴溪，《会计研究方法论(第二版)》，中国人民大学出版社， 2016. |
| 财务分析与决策 | 张新民等，《财务报表分析》（第5版），中国人民大学出版社，2020.Stephen H. Penman, Financial Statement Analysis and Security Valuation, 北京大学出版社，2018. |
| 营销管理 | 菲利普.科特勒、凯文.凯勒： 营销管理（15版）. 格致出版社, 2016. |
| 人力资源管理 | 加里·德斯勒：人力资源管理(第14版) .中国人民大学出版社,2019. |
| 战略管理 | 弗雷德·R·戴维: 战略管理：概念与案例（第13版）. 中国人民大学出版社,2012. |
| 旅游规划与管理 | 冯学钢等. 旅游规划（第二版）. 华东师范大学出版社, 2017. |
| 旅游产业研究 | 冯学钢等.中国旅游产业潜力和竞争力研究.上海交通大学出版社,2012. |
| 会展与节庆活动研究 | 杨勇 高级旅游经济学. 上海交通大学出版社,2018. |

# 十一、基本文献阅读书目

**（一）课程教学参考书**

1. 企业管理专业：

* 1. 周三多等：管理学：原理与方法（第7版）[M]. 复旦大学出版社,2018.
	2. 斯蒂芬.P.鲁宾斯： 管理学（11版）[M]. 中国人民大学出版社，2018.
	3. 斯蒂芬·P·罗宾斯：组织行为学（14版）[M].中国人民大学出版社，2019.
	4. 詹姆斯.C.范.霍恩： 财务管理学基础（13版）[M]. 清华大学出版社，2009.
	5. 菲利普.科特勒、凯文.凯勒： 营销管理（15版）[M]. 格致出版社, 2016.
	6. 加里·德斯勒：人力资源管理(第14版) [M].中国人民大学出版社,2019.
	7. 蔡斯：生产与运作管理（制造与服务）(第8版) [M].机械工业出版社，2002.
	8. 弗雷德·R·戴维: 战略管理：概念与案例（第13版）[M]. 中国人民大学出版社,2012.
	9. 罗胜强：管理学问卷调查研究方法[M]. 重庆大学出版社,2018.
	10. 彼得·德鲁克 管理：任务、责任和实践[M].华夏出版社，2008.

2.会计学专业：

* 1. 中华人民共和国财政部.2019,《企业会计准则2019》.经济科学出版社.
	2. Watts, R. L. and Zimmerman, J. L., 1986, Positive Accounting Theory, Prentice-Hall Inc. 中国人民大学出版社，2009.
	3. Scott, W., 2009, Financial Accounting Theory, Prentice-Hall Inc.
	4. Foster, G., 1986, Financial Statement Analysis, Prentice-Hall Inc.
	5. Palepu, K.G. and Healy, P.M., 《经营分析与评价》. 东北财经大学出版社.
	6. Ball, R. and Brown, P., 1968. Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers, Journal of Accounting Research, 6(2):159-178.
	7. Jensen, M. C. and Meckling, W. H., 1976, Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure, Journal of Financial Economics, 3(4): 305-360.
	8. Shleifer, A. and Vishny, R. W., 1997, A Survey of Corporate Governance, Journal of Finance, 52(2): 737-783.
	9. Healy, P. M. and Palepu, K. G., 2001, Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature, Journal of Accounting and Economics, 31(1): 405-440.
	10. Defond, M. and Zhang, J., 2014, A Review of Archival Auditing Research, Journal of Accounting and Economics, 58(2): 275-326.

3. 旅游管理专业：

* 1. 冯学钢等.中国旅游产业潜力和竞争力研究.上海交通大学出版社,2012.
	2. 杨勇 高级旅游经济学. 上海交通大学出版社,2018.
	3. 吴必虎. 旅游学概论（第3版）. 中国人民大学出版社, 2019.
	4. 冯学钢等. 旅游规划（第二版）. 华东师范大学出版社, 2017.
	5. [美] 菲利普·科特勒，[美] 约翰·T.鲍文. 旅游市场营销（第6版）. 清华大学出版社, 2017.
	6. [英] 麦克·J.斯特布勒，[希腊] 安德烈亚斯·帕帕西奥多勒，[英] M.西娅·辛克莱 著，林虹 译. 旅游经济学（第二版）. 商务印书馆, 2017.
	7. [美] 戴维·L.埃杰尔（美）贾森·R.斯旺森 著. 旅游政策与规划：昨天、今天与明天. 商务印书馆, 2017.
	8. [澳] 希拉里·迪克罗（Hilary du Cros），[加] 鲍勃·麦克彻（Bob McKercher） 编，朱路平 译. 文化旅游（第2版）. 商务印书馆, 2017.
	9. [英] 约翰·特赖布 编，赖坤，张骁鸣 等 译. 旅游哲学：从现象到本质. 商务印书馆, 2017.
	10. [英] 斯蒂芬·威廉斯（Stephen Williams） 著，张凌云 译. 旅游地理学：地域、空间和体验的批判性解读（第3版）. 商务印书馆, 2018.

**（二）推荐阅读**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 钱旭红 | 《改变思维：新版》 | 上海文艺出版社 | 2020 |
| 丹尼尔·卡尼曼 | 《思考，快与慢》 | 中信出版社 | 2012 |
| Richard H. Thaler,CassR.Sunstein | Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness | Penguin | 2009 |
| [美] 理查德·塞勒 [美] 卡斯·桑斯坦 | 《助推：如何做出有关健康、财富与幸福的最佳决策》 | 中信出版社 | 2018 |
| Richard Thaler | Misbehaving The Making of Behavioural Economics | Penguin | 2017 |
| 理查德·塞勒 | 《“错误”的行为：行为经济学的形成》 | 中信出版社 | 2018 |
| Robert J. Shiller | Narrative Economics | Princeton University Press | 2019 |
| [美]罗伯特·希勒 | 《叙事经济学》 | 中信出版社 | 2020 |
| [美]詹姆斯·M.布坎南，戈登·图洛克 著 陈光金 译 | 《同意的计算》 | 上海人民出版社 | 2017 |
| Uri Gneezy, John List, Steven D. Levitt | The Why Axis: Hidden Motives and the Undiscovered Economics of Everyday Life | Random House UK | 1990 |
| Judea Pearl，Dana Mackenzie | The Book of Why：The New Science of Cause and Effect | Allen Lane | 2019 |
| [美]西奥多·威廉·舒尔茨，吴珠华等译 | 《人力资本投资》 | 北京经济学院出版社 | 1990 |
| [美]彼得·德鲁克著，蔡文燕译 | 《创新与企业家精神》 | 机械工业出版社 | 2019 |
| [美]赫什·舍夫林著，贺学会等译 | 《超越恐惧和贪婪：行为金融与投资心理学》 | 上海财经大学出版社 | 2017 |
| [美]保罗·W·格莱姆齐，[瑞士]恩斯特·费尔，[美]科林·F·卡默勒，[美]拉塞尔·A·波达瑞克主编 | 《神经经济学：决策与大脑》 | 中国人民大学出版社 | 2014 |
| 刘永芳 | 《管理心理学》 | 清华大学出版社 | 2016 |
| [美]坎特威茨[Kantowitz.B.H.]，罗迪格[Roediger.H.L.]， 埃尔姆斯[Elmes.D.G.] | 《实验心理学：理解心理学的研究》 | 华东师范大学出版社 | 2010 |
| [法] 古斯塔夫·勒庞 著，马晓佳 译 | 《乌合之众 : 大众心理研究》 | 民主与建设出版社 | 2018 |
| [美]卡罗尔·德韦克[Carol Dweck] ，楚祎楠 后浪 译 | 《终身成长：重新定义成功的思维模式》 | 江西人民出版社 | 2017 |
| 彼得·戴曼迪斯 史蒂芬·科特勒 著 | 《未来呼啸而来： 科技进步的速度远超任何人的想象》 | 北京联合出版有限公司 | 2020 |
| M. Scott Peck | The Road Less Traveled | Touchstone Books  | 1997 |
| Covey, Stephen R. | The 7 Habits of Highly Effective People | Simon & Schuster Inc. | 2013 |
| Carmine Gallo | Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds | St. Martin's Griffin | 2015 |
| Philip T. Kotler，Gary Armstrong | Principles of Marketing (Global Edition 18th) | Pearson Education Limited | 2020 |
| [美] 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒著，何佳讯等译 | 《营销管理》(第十五版) | 上海格致出版社 | 2016 |
| Roger Bougie, Uma Sekaran | Research Methods For Business: A Skill Building Approach (7th edition) | Wiley | 2016 |
| [美] 理查德·塞勒，卡斯·桑斯坦 | 《企业研究方法》 | 清华大学出版社 | 2020 |
| Phillp R. Cateora, R. Bruce Money, Mary C. Gilly, John L. Graham | International Marketing | Mc Graw Hill | 2019 |
| [美] 菲利普·凯特奥拉，[美]布鲁斯·莫尼，[美]玛丽·吉利，[美]约翰·格雷厄姆 | 《国际营销》 | 中国人民大学出版社 | 2020 |
| Avinash K. Dixit, Barry J. J. Nalebuff | The Art of Strategy: A Game Theorist's Guide to Success in Business and Life | W. W. Norton & Company | 2010 |
| 阿维纳什·K·迪克西特、巴里·J·奈尔伯夫 | 《策略思维——商界、政界及日常生活中的策略竞争》 | 中国人民大学出版社 | 2013 |
| Joshua D. Angrist and Jörn-Steffen Pischke | Mastering 'Metrics: The Path from Cause to Effect | Princeton University Press | 2014 |
| 乔舒亚·安格里斯特，约恩-斯特芬·皮施克 | 《精通计量：从原因到结果的探寻之旅》 | 格致出版社 | 2019 |
| Thomas C. Schelling | The Strategy of Conflict | Harvard University Press | 1981 |
| 托马斯谢林 | 《冲突的战略》 | 华夏出版社 | 2018 |
| Ariel Rubinstein | Economic Fables | open book publishers | 2012 |
| 阿里尔·鲁宾斯坦 | 《经济学寓言》 | 广西师范大学出版社 | 2019 |
| 张旭昆 | 《从亚当·斯密到凯恩斯：西方经济思想史论》 | 浙江大学出版社 | 2016 |
| [美]罗伯特·韦尔林 | 《公司治理案例》 | 上海人民出版社 | 2008 |
| 李维安 | 《公司治理学（第三版）》 | 高等教育出版社 | 2016 |
| 周三多，陈传明，贾良定 | 《管理学：原理与方法(第六版)》 | 复旦大学出版社 | 2014 |
| [英]斯图尔特·克雷纳 | 《管理百年》 | 中国人民大学出版社 | 2013 |
| 丹尼尔·A·雷恩 | 《管理思想的演变》 | 中国社会科学出版社 | 2002 |
| 彼得·德鲁克 著、朱雁斌 译 | 《21世纪的管理挑战》 | 机械工业出版社 | 2018 |
| 肯·G.史密斯 (Ken G.Smith)，迈克尔·A.希特 (Michael A.Hitt)、著徐飞，路琳，苏依依 译 | 《管理学中的伟大思想——经典理论的开发历程》 | 北京大学出版社 | 2017 |
| 斯坦利·麦克里斯特尔 等著、林爽喆 译 | 《赋能：打造应对不确定性的敏捷团队》 | 中信出版社 | 2018 |
| Bill Gates | How to avoid a climate disaster | Doubleday | 2021 |
| [美] 比尔·盖茨 | 《气候经济与人类未来》 | 中信出版社 | 2021 |
| Abhijit V. Banerjee, Esther Deafles | Poor Economics | Penguin | 2012 |
| [印度]阿比吉特·班纳吉  [法]埃斯特·迪佛洛 | 《贫穷的本质》 | 中信出版社 | 2018 |
| 马丁·克里斯托弗著（Martin,Christopher），何明珂译 | 《物流与供应链管理》 | 电子工业出版社 | 2020 |
| 尤西•谢菲（Yossi Sheffi）著，岑雪品 / 王微译 | 《大物流时代：物流集群如何推动经济增长》 | 机械工业出版社 | 2019 |
| 刘宝红著 | 《采购与供应链管理：一个实践者的角度》 | 机械工业出版社 | 2019 |
| 吴晓波等著 | 《华为管理变革》 | 中信出版社 | 2017 |
| 芭芭拉 明托 | 《金字塔原理》 | 南海出版社 | 2019 |
| 艾森 拉塞尔 | 《麦肯锡方法》 | 机械工业出版社 | 2020 |
| 凯罗·肯尼迪著,吴小丽译, | 《管理思想精粹——世界顶级管理大师告诉你》 | 上海财经大学出版社 | 2015 |
| Ken G. Smith ， Michael A. Hitt  | Great Minds in Management | OUP Oxford | 2005 |
| 肯·G.史密斯，迈克尔·A.希特 | 《管理学中的伟大思想》 | 北京大学出版社 | 2016 |
| Osterwalder Alexander， Pigneur Yves  | Business Model Generation | OSF | 2010 |
| 亚历山大·奥斯特瓦德 | 《商业模式新生代》 | 机械工业出版社 | 2016 |
| 克莱顿·克里斯坦森 | 《创新者的窘境》 | 中信出版社 | 2010 |
| 沃尔特·艾萨克森 | 《创新者：一群技术狂人和鬼才程序员如何改变世界》 | 中信出版社 | 2019 |
| 埃里克·施密特&乔纳森·罗森伯格 | 《重新定义公司：谷歌是如何运营的》 | 中信出版社 | 2019 |
| 罗恩·阿德纳 | 《广角镜战略：成功创新者的洞见》 | 机械工业出版社 | 2020 |
| 约翰·梅纳德·凯恩斯 | 《就业、利息和货币通论》 | 北京时代华文书局 | 2017 |
| 柯维 | 《第3选择：解决所有难题的关键思维》 | 中信出版社 | 2013 |
|  (汉)黄石公著，刘泗编译 | 《素书》  | 上海三联书店 | 2015 |
| 王文锦译注 | 《大学中庸译注》 | 中华书局 | 2019 |
| 陈春花 | 《价值共生：数字化时代的组织管理》 | 人民邮电出版社 | 2020 |
| Philip Kotler | Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital Philip Kotle | John Wiley & Sons | 2017 |
| 菲利普·科特勒 | 《营销革命4.0：从传统到数字》 | 机械工业出版社 | 2018 |
| 菲利普·科特勒 加里·阿姆斯特朗 | 《市场营销：原理与实践（第17版）》 | 中国人民大学出版社 | 2020 |
| 魏江 | 《管理沟通：成功管理的基石(第4版)》 | 机械工业出版社 | 2019 |
| 詹姆斯·奥罗克 | 《管理沟通——以案例分析为视角（第5版）》 | 中国人民大学出版社 | 2018 |
| 罗纳德科斯 | 《经济学的著名寓言》 | 广西师范大学出版社 | 2018 |
| 张五常 | 《卖橘者言》 | 四川人民出版社 | 1988 |
| Clayton M. Christensen | The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail | Harvard Business School Press | 1997 |
| 克莱顿·克里斯坦森著、胡建桥译 | 《创新者的窘境》 | 中信出版社 | 2010 |
| Thomas Peters Robert H. Waterman | In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies | Harper & Row | 1982 |
| 汤姆·彼得斯，罗伯特·沃特曼 | 《追求卓越》 | 中信出版社 | 2007 |
| [以]艾利·高德拉特，[美]杰夫·科克斯著，齐若兰译 | 《目标》 | 电子工业出版社 | 2019 |
| 何佳讯 | 《战略品牌管理——企业与顾客协同战略》 | 中国人民大学出版社 | 2021 |
| [美]肯·G.史密斯， [美] 迈克尔·A.希特 | 《管理学中的伟大思想——经典理论的开发历程》 | 北京大学出版社 | 2016 |
| [美]拉斯洛·博克 | 《重新定义团队 谷歌如何工作》 | 中信出版集团 | 2015 |
| 陈志武 | 《陈志武金融通识课》 | 湖南文艺出版社 | 2018 |