

(120202) 企业管理（全日制）
（学制 2 年，授予 管理学 硕士学位）

一、培养目标

掌握企业管理基础理论、系统化专业知识和多样化管理技能，具有创新意识与创新精神，具备分析和解决问题的学术研究和实践能力，具有良好的道德品质和学术修养，能胜任政府机关、企事业单位的科学研究和经营管理工作。

二、主要研究方向

1. 组织理论与战略管理
2. 创业与创新管理
3. 营销战略与商务数据分析
4. 消费者行为
5. 新技术背景下的营销创新（含数字营销和电子商务）
6. 公司理财
7. 资本市场

三、培养方式

培养方式主要采用课堂讲授与讨论、学术交流、科研项目训练。

四、学制及修业年限

本专业硕士研究生学制为 2 年，最长修业年限为基本修业年限延长 1 年。

五、课程设置及学分要求

专业培养方案课程设置与学分要求

类别	课程编码	课程名称	总学时	学分	授课学期	授课方式	开课单位代码
必修	90021201	新时代中国特色社会主义思想理论与实践（文科）	54	2	1	讲授	120
	90021202	马克思主义与社会科学方法论（文科）	18	1	2	讲授	120
	90021101	第一外国语（英语）	90	3	1	讲授	100
	90051001	科研伦理与学术规范	25	1	1、2	在线课程	900

	30010001	综合体育测试	1	0	1	必修	300
	14021084	研究生学术论文写作指导	17	1	1	讲授	140
	14021020	专业英语	17	1	2	讲授	140
	14021002	中级微观经济学	51	3	1	讲授	140
	14021065	管理学与管理研究方法	51	3	1	讲授	140
	14021066	企业战略与组织管理	51	3	1	讲授	140
	14021067	中级财务会计研究	34	2	1	讲授	140
	14021068	公司财务学	34	2	1	讲授	140
	14021069	市场营销	34	2	1	讲授	140
选修课	10032209	第二外国语	68	2	1	讲授	100
		体育		2	1、2	讲授	300
	90052002	创新思维与创业实验	16	1	1、2	在线课程	900
	90052003	人工智能	20	1	1、2	在线课程	900
	14012106	AI 与创意	34	2	1	讲授	140
	1402221	社会学视角下的创新与创业研究	34	2	2	讲授	140
	14022039	品牌管理	34	2	2	讲授	140
	14022044	服务营销研究	34	2	2	讲授	140
	14022047	网络营销	34	2	2	讲授	140
	14022206	市场营销数据分析	34	2	1	讲授	140
	14022048	社会责任报告	34	2	2	讲授	140
	14022049	财务管理专题研究	34	2	2	讲授	140
	14022050	金融机构治理研究	34	2	2	讲授	140
	14022051	金融机构与市场	34	2	2	讲授	140
	14022052	资产定价	34	2	2	讲授	140
	14022054	证券投资理论与实践	34	2	2	讲授	140
	14022059	整合营销传播战略管理	34	2	2	讲授	140
	14022061	金融计量经济学	34	2	2	讲授	140
	14022069	董事会治理	34	2	1	讲授	140
	14022071	管理研究哲学	34	2	2	讲授	140
	14022075	公司创业管理	34	2	2	讲授	140
	14022076	国际企业管理	34	2	2	讲授	140
	14022081	企业兼并与收购	34	2	2	讲授	140
	14022083	战略管理理论	34	2	2	讲授	140
	14022087	企业伦理	34	2	2	讲授	140
	14022088	公司治理	34	2	2	讲授	140
补修课	14000011	西方经济学	34	不计学分	1	讲授	140
	14000004	组织行为学	34		1	讲授	140
	14000012	市场营销	34		1	讲授	140
	14000013	战略管理	34		1	讲授	140
	14000030	会计学原理	34		1	讲授	140
	14000031	运营管理	34		1	讲授	140

	14000032	项目管理	34		1	讲授	140
本专业毕业学分要求							
总学分要求	校公共必修课	专业必修课	专业选修课	培养方案外课程			
32	7	17	8	≤4			

说明：

(1) 体育作为选修课（2 学分），不计入研究生完成课程学习所取得的总学分；

(2) **培养方案外课程（≤4 学分）**是指可跨学科/跨专业选修培养方案外课程不超过 4 学分（如超过 4 学分按 4 学分计算）；

(3) 专业选修课《AI 与创意》为 2025 级研究生新增的“人工智能+”课程。

六、培养环节（可包含开题报告、中期考核、学术活动或科研训练、基本文献阅读书目、预审、预答辩等）

1. 开题报告（必修）

在完成规定的课程学分后，硕士生在导师的指导下确定学位论文选题。学位论文开题报告以答辩的方式接受开题报告审查小组的审查。开题报告应在第二学期末完成。学位论文开题报告经审查通过后，研究生方可进入学位论文课题研究和论文写作阶段。学位论文开题报告未获通过者不能进入论文写作。

2. 中期考核（必修）

具体请参阅《南开大学研究生资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见》和《南开大学商学院硕士研究生中期考核实施细则》。

七、毕业标准及申请学位成果要求

1. 毕业标准

修满培养方案规定的学分，且通过培养方案所要求的必修培养环节考核，通过答辩。

2. 申请学位成果要求

无

八、学位论文

1. 论文基本要求

硕士研究生通过开题报告至申请学位论文答辩的时间不少于 1 年，必须由本人独立完成；论文字数为 3 万字左右；硕士学位论文应有一定的创新，结构严谨，行文流畅，论文格式应符合《南开大学研究生学位论文写作规范》的要求。

2. 论文评阅

参照《南开大学硕士学位论文及实践成果评审工作实施办法》开展硕士学位论文评阅工作。

3. 论文答辩

学位论文经评审通过后，方可进入答辩程序。答辩通过者，经学院学位评定分委员会讨论通过，报南开大学学位评定分委员会批准，授予管理学硕士学位。

九、其他要求

无