

商学院（140）

工商管理硕士专业学位（1251）

工商管理硕士（00）

南开大学工商管理硕士（MBA）

非全日制（普通班、周末班和集中授课班）培养方案

一、培养目标

培养具有企业家精神和卓越领导力的“LEADER”型商界管理精英。具体来说，秉承南开尽心为公、努力增能的教育理念，通过对持续学习能力的培养，实现学习者的终身自我修炼（Learning），同时培育工商管理硕士学生不懈创新的探索精神（Exploration）、把握先机的行动理念（Action）、追求卓越的持续动力（Development）、坚毅果敢的执行能力（Execution）以及勇于担当的责任意识（Responsibility）。

二、专业方向

1. 财务与会计方向；
2. 营销科学与市场创新方向；
3. 战略与国际经营管理方向；
4. 组织行为与人力资源方向；
5. 新产品开发与运营管理方向；
6. 创新与创业方向；
7. 现代物流与供应链管理方向；
8. 大数据与信息管理方向；
9. 信息安全管理方向。

三、培养方式

采取非全日制学习方式。

在从事其他职业或者社会实践的同时，采取多种方式和较灵活的时间安排进行非脱产学习，具体培养方式如下：

1. 采用课程学习、专业实践和学位论文相结合的培养方式，注重理论与实践的结合。
2. 教学过程重视运用团队学习、案例分析、现场研究、模拟训练等方法。

3. 建立以校内导师指导为主，校外导师参与实践过程、项目研究、课程与论文等多个环节内外结合的指导体系。吸收不同学科领域的专家和实践领域具有丰富经验的专业人员，共同承担专业学位研究生的培养工作。

四、学制

学制为 2.5 年（5 个学期），毕业前提前 1 个月提出申请，最长可延长 2 年。

上课形式和时间如下：

1. 普通班：在职平日授课，周一至周五晚上、周六全天上课。
2. 周末班：在职集中授课，周六、周日全天上课。
3. 集中授课班：在职集中授课，周五、周六、周日连续三天全天上课，每三周安排一次。

五、课程设置与学分分配

总学分包括必修课学分和选修课学分，学分总计不少于 49 学分。其中普通班、周末班和集中授课班必修课学分为 37 学分（必修环节中专业实践学分为 6 学分），选修课学分不少于 12 学分。

依据 MBA 的培养目标，将课程体系分成必修课、选修课和必修环节三大模块：

1. **必修课**，包括研究生公共课程、分析基础课程、管理基础课程等子模块，是每个 MBA 学生的必修课程。
2. **选修课**，包括先导课、公共选修课程、方向选修课等子课程模块。其中先导课是学生入学前的管理先修课程，在正式开学之前，使学生了解管理分析思维、企业研究方法、管理职能、财务基础、案例分析方法等基本技能，为正式进入课程学习打下基础。公共选修课程和方向选修课，学生可以根据个人意愿在导师指导下进行选课。
3. **必修环节**，包括专业实践类课程和学生可选的访学研修课程、整合实践课程、产教融合课程等子课程模块课程。必修环节还包括论文开题和中期考核等。

普通班、周末班和集中授课班的课程设置以及学分分配见如下附表。

附表：MBA 非全日制课程设置与学分分配表
（普通班、周末班和集中授课班）

课程类别	模块	课程编码	课程名称	学时	学分	授课学期	授课方式	开课单位代码
必修课	研究生公共课程 (5 学分)	90031201	新时代中国特色社会主义思想理论与实践	34	2	1	讲授	120
		90031202	马克思主义与社会科学方法论	17	1	1	讲授	120
		90031101	第一外国语（英语）	34	2	1	讲授	100
	分析基础课程 (6 学分)	14061171	财务会计	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061172	数据模型与决策	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061156	管理经济学	32	2	1、2、3	讲授	140
	管理基础课程 (20 学分)	14061153	组织行为学	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061173	市场营销	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061166	企业信息资源管理	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061160	人力资源管理	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061174	公司财务	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061162	运营管理	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061175	战略管理	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061176	公司治理	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061177	创业与创新管理	32	2	1、2、3	讲授	140
		14061178	学术规范及论文写作指导	16	1	1、2、3	讲授	140
		14061169	企业伦理与社会责任	16	1	1、2、3	讲授	140
选修课	先导课	14062279	管理先修	16	1	1	讲授	140
	校级公共选修课	90052002	创新思维与创业实验	16	1	1、2	讲授	
		90052003	人工智能	20	1	1、2	讲授	
	公共选修课程	14062808	领导力	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062178	组织理论与设计	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062185	财务报表分析	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062186	税收理论与实务	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062192	国际金融	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062195	消费者行为	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062196	市场研究	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062198	服务营销	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062201	品牌管理	32	2	2、3、4	讲授	140

选修课	公共选修课程	14062202	网络营销	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062205	整合营销传播战略	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062216	服务管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062249	项目管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062260	国际商务	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062261	企业文化	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062268	现代物流与供应链管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062283	管理沟通	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062294	企业管理咨询	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062778	大数据与商务智能	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062871	私募股权投资	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062801	商业模式与创新思维	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062805	运营计划与系统优化	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062806	国际物流发展与实践创新	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062807	管理心理学	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062008	大数据与财务决策	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062874	人工智能营销	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062875	“数据+场景”思维下的营销创新	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062876	商业决策中的机器学习实践	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062877	供应链金融	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062878	数智背景下公司战略和风险管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062879	技术变革与组织设计	32	2	2、3、4	讲授	140
	财务与会计方向选修课	14062872	公司战略视角的财务分析	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062854	融资方式与风险控制	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062813	证券投资与理财	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062873	衍生品市场与风险管理	32	2	2、3、4	讲授	140
	营销科学与市场创新方向选修课	14062857	数智营销	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062858	老字号企业传承与创新	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062859	营销数据与客户价值分析	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062860	营销行动学习方案	32	2	2、3、4	讲授	140
	战略与国际经营管理方向选修课	14062861	并购与资本运营	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062862	企业竞争模拟	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062836	跨文化管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062863	数智时代的战略前沿	32	2	2、3、4	讲授	140

选修课	组织行为与人力资源方向选修课	14062838	人力资源服务业与创业	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062864	学习型组织建设	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062840	薪酬设计与员工激励	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062841	组织发展的逻辑与实践	32	2	2、3、4	讲授	140
	新产品开发与运营管理方向选修课	14062830	精益生产与管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062831	新产品开发与管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062832	运营分析与决策	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062833	技术创新管理	32	2	2、3、4	讲授	140
	创新与创业方向选修课	14062814	创始人的关键决策	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062815	创业机会与新企业创建	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062816	跨越企业成长之痛	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062817	资源整合与创业融资	32	2	2、3、4	讲授	140
	现代物流与供应链管理方向选修课	14062826	现代物流管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062827	信息技术与智慧供应链	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062828	采购与供应管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062829	供应链管理	32	2	2、3、4	讲授	140
	大数据与信息管理方向选修课	14062856	数据架构与用户体验	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062819	基于大数据的商业分析	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062820	企业数据治理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062821	企业数据资产管理	32	2	2、3、4	讲授	140
	信息安全 管理方向 选修课	14062865	企业信息安全战略	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062866	企业信息安全合规	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062867	商业大数据安全管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062868	企业网络安全与管理	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062869	企业信息安全实践	32	2	2、3、4	讲授	140
		14062870	信息安全风险监测与评估	32	2	2、3、4	讲授	140
必修环节	专业实践 (6 学分)	14061200	专业实践训练	48	3	2、3、4	其它	140
		14061201	专业实践成果培养	48	3	2、3、4	其它	140
	访学研修 模块	14062848	主题研修与访学	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062849	科技人文系列讲座	16	1	2、3、4	讲授	140
	整合实践 模块	14062276	卓越企业教练	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062277	行动学习嵌入	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062278	整合案例分析	16	1	2、3、4	讲授	140

必修环节	产教融合模块	14062850	智能制造与物联网方向课	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062851	医疗卫生与大健康方向课	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062852	金融与资本市场方向课	16	1	2、3、4	讲授	140
		14062853	科技媒体通讯（TMT）方向课	16	1	2、3、4	讲授	140

注：每个专业方向选修课不能单独选课，需按照各个专业方向开设的所有课程同时选课。

说明：必修环节中的访学研修模块、整合实践模块和产教融合模块课程，都属于实践教学项目，具体包括但不限于整合实践、润身学堂、研修访学、顶点课程、同舟计划、ESG辅导课堂、设计思维项目、行研训练营、商业竞争模拟、团队协作训练、管理前沿与企业案例研讨、实践训练——企业田野调查训练、实践训练——案例建设训练、实践训练——实践成果转化训练等：

1. 整合实践：整合实践项目是南开大学商学院专业学位教学中心为培养学生行动学习能力与企业联合打造的“场景化、嵌入式”实战咨询项目。项目以解决企业实际问题为导向，通过情景教学的模式，使学生了解企业的运营和管理现状。
2. 润身学堂：整合南开大学各专业学院的优质教学资源，通过讲座、研习坊等方式，提升学生的人文与科学素养，加强商科与南开大学各优势学科的融合，加深学生对南开的归属感与荣誉感。
3. 研修访学：以“名校、名企、名师”为主线，实现校际间、企业间的深度串联，集联合课堂、企业参访、师生交流于一体，打造南开商科的“立体学堂”。
4. 顶点课程：“顶点课程”高端项目，是以综合实践项目为主要内容，与国内外知名企业深度合作，搭建理论学习与实践应用的桥梁。参与学生通过实地走访、高管面访、管理层座谈等多种方式了解企业的全貌，主动提出需要解决的核心问题，在顾问专家的指导下提出解决方案。顶点课程强调专业课程之间的深度融合、理论与实践技能之间的融通，目的是培养学生发现问题的能力、应用既有知识和技能解决问题的能力、批判性思维能力等。
5. 同舟计划：“同舟计划”是南开大学 MBA 创新创业实验室携手竞争赋能实验室寻找高成长的初创企业和团队，通过项目路演方式与南开大学 MBA 在校生及校友“结对子”，将 MBA 的管理经验与初创企业的科研优势有效结合。本次活动旨在丰富 MBA 学生视野，培育创新创业意识，分享检验创业成果，赋能支撑校友企业。
6. ESG 辅导学堂：ESG（Environmental, Social and Governance）是当下的热门话题与行动方向，正在改变着商业规则、战略空间、竞争赛道，催生着商业模式转型

升级。建立可持续商业思维和可持续创新能力，是帮助 MBA 学生在创造企业增长与发展的价值同时，创造社会和环境效益的基本功。课程由校内教授和 ESG 领域专家共同完成，通过线上线下的混合式教学方式，具体内容包括 ESG 战略与规划、ESG 报告解读、ESG 报告撰写、ESG 创新专题等。

7. 设计思维项目：设计思维（Design Thinking）是创新式解决问题的方法论，依托 MBA 创新创业实验室将其转化为课程和实践活动，通过设计思维模块课程、系列专题讲座、设计思维工作坊、企业嵌入合作项目等多元化多层次活动方式，培养学生创新思维理念、设计思维方法，并在学习过程中帮助企业、社会组织等解决实际问题。
8. 行研训练营：由竞争赋能实验室组织，通过学习宏观经济与行业轮动、行业研究逻辑与框架、行业投融资研究、公司研究与投资建议等系统的行业研究内容与方法论，结合专家教授讲解、知名分析师分享，名企实地参访等多种教学方式，以小组形式完成一份行业研究报告作为项目成果并由专家点评分析，帮助学生树立正确的行研价值观，掌握行业研究实战分析技巧。
9. 商业竞争模拟：通过仿真模拟系统，模拟标准化市场经济条件下的企业成长与发展。比赛由学生团队组成的参赛队经营一家虚拟的企业，队员分别扮演总经理、生产、营销、人力资源、财务、研发等部门经理。队员根据现代企业管理知识对该企业每季度的经营作出一系列的决策，与同一市场的其他虚拟企业竞争，最大限度地模拟一个公司在市场经济条件下真实运作状况，最终提交决策报告。
10. 团队协作训练：MBA 学生入学注册后，通过参与新生见面会、户外拓展训练、开学典礼、名师讲座和企业参观等一系列实践团队建设活动，完成团队协作训练，融入南开 MBA 大集体，展现南开 MBA 精神，完成团队训练报告。
11. 管理前沿与企业案例研讨：学生参加管理前沿和产业热点系列讲座：包括马克思主义人生观讲座、中国式现代化讲座、新质生产力讲座、企业家大讲堂、传统文化大讲堂等（4 次以上），同时进行案例研讨，完成报告。
12. 实践训练——企业田野调查训练：课程强调培养学生调查研究自己所在企业或指定企业的能力，通过对目标企业业务流程和管理活动现状的调查，一方面加深学生将书本知识与企业管理实际活动相联系的能力，另一方面培养学生在调研过程中发现企业管理现状与企业经营战略之间存在的矛盾，培养学生撰写调查报告的基本能力。
13. 实践训练——案例建设训练：课程主要以调研企业现实管理问题为基础，收集整理

企业的管理案例，分析发现存在的管理缺陷。训练过程中将邀请行业专家来校给学生介绍具体企业业务内容和实际的管理问题，结合赴研究生工作站或实践基地所在的企业进行实地调研，最终以形成完整的管理案例报告作为训练成果。

14. 实践训练——实践成果转化训练：通过开拓学生的视野，理解最新的法律法规和掌握行业发展动态，培养学生创新性的管理理念，一方面形成针对企业实际业务的管理方案，另一方面为将来的学位论文写作打下基础。

六、培养环节

1. 专业实践（必修）

专业实践为 2024 级 MBA 必修环节，总计 6 学分。分为《专业实践训练》和《专业实践成果培养》两个子课程，每门课程 3 学分。按照学生中期考核为界限，《专业实践训练》原则上在中期考核前完成，完成时间在第三学期，《专业实践成果培养》完成时间在第四学期。

《专业实践训练》和《专业实践成果培养》两个子课程，学生在必修环节的各种模块中选择实践教学项目，可选课程不完全限定，学生可以根据个人时间安排和学习计划在导师指导下进行自由组合，修满 6 学分，视为完成专业实践必修环节。

2. 开题报告和中期考核（必修）

根据《南开大学研究生学位论文资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见（试行）》，学生在导师的指导下进行选题，提交导师签字的开题申请报告；再由三位副教授以上职称的教师或导师组成开题组，进行论文开题工作，并出具合格与否的评审结果。

中期考核由专业学位教学中心会同教师小组进行综合评定，在第三学期完成，考核内容包括思想表现、学习成绩、实践表现及成果、论文进展情况和综合素质培养活动的参与程度等。

七、学位论文及实践成果认定要求

本方案依据全国工商管理专业学位研究生教育指导委员会 2024 年发布的《工商管理专业学位类别硕士学位论文基本要求（试行）》中的要求，将通过学位论文答辩作为毕业和申请学位的条件之一。

学位论文工作要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧围绕行业产业发展实际需要和人才培养目标，在导师（组）的指导下独立完成，科学严谨，恪守规范。MBA 学位论文应反映学生所掌握的新知识，体现学生提出问题、分析问题、解决问题的综合能力，并展现学生独立承担管理工作的实践能力。

MBA 学位论文一般应是一篇应用研究型的专业学位论文。要求学生立足管理实践，针对特定企业组织识别一个真实存在的管理问题或有意义的实践，恰当运用理论框架和分析工具进行系统性分析，并在此基础上提炼具有可操作性的问题解决方案或实践总结。按学位论文的撰写格式和组织形式的不同，即论文体例的不同，MBA 学位论文可划分为两大类型，即专题研究类和案例研究类。

学位论文撰写参照《南开大学研究生学位论文写作规范（2024 版）》执行。专业学位教育中心组织专业教师组成盲审组，对通过学术规范检测的论文进行盲审。对于未达到 MBA 学位论文要求的，由盲审组出具延期答辩的决定，同时提出具体的修改意见和建议。

MBA 学位论文评阅聘请两位评阅人对论文进行书面评阅。论文评阅人由责任心强、作风正派且在本学科领域有一定学术造诣的具有副教授及以上或相当职称的同行专家担任，其中一名必须为在相关行业实践领域具有高级专业技术职务的校外专家。

MBA 学位论文答辩委员会由 3-5 人（指导教师不参加所指导学生的论文答辩）组成，其中包括相关行业实践领域具有高级专业技术职务的校外专家一名。

在本方案执行过程中至本方案规定的基本修业年限前，若全国工商管理专业学位研究生教育指导委员会及南开大学研究生院规定实践成果认定可作为申请学位的成果，本方案将与之同步调整。

八、毕业标准及申请学位成果要求

MBA 研究生须按要求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，并通过学位论文答辩者，经南开大学学位评定委员会审核通过后，授予工商管理硕士专业学位。