

## 商务英语（专科）专业素质课程简介

1、**基础商务英语**：是英语综合课程，以教材为中心传授基础语言知识，通过听、读、写、译等方法，训练和培养学生的基本语言技能。

2、**商务英语听说**：主要培养学生英语听力技巧和英语口语能力，提高学生对各种情景中较高水平的英语听力材料的理解和逻辑判断能力，巩固提高英语语言实践能力，由课堂讲授与课外导听组成。英语口语主要训练学生贴近实践生活的情景中准确地掌握和使用口语，通过实践，达到能够准确和熟练地使用规范语言进行交际的目的。

3、**商务英语阅读**：以商务管理和经贸等专业本科学生的需求为参照，系统介绍商务知识和理论，以提高英语阅读能力为目的，兼顾英语写作和口语等能力的培养；精读和泛读相结合。

4、**英语写作基础**：包括商贸业务书面交流的体验感受、商贸英语交流技能的训练和商务英语写作修辞意识的研讨培养。

5、**英美概况**：使学生了解主要英语国家的文化，地理，历史，经济和政治等方面的概况；了解主要英语国家的文化传统，风俗习惯和社会生活的其他有关情况。

6、**国际贸易操作实务**：阐述国际货物贸易的贸易规范、贸易环节和国际惯例，内容包括国际贸易概述、国际贸易的标的、国际贸易术语、商品价格与核算、国际货物运输、国际货物运输保险、国际货币结算、争议的预防与处理、交易磋商与合同订立、合同的履行以及国际贸易方式等。

## 商务日语（专科）专业素质课程简介

1、**初级日语**：针对日语零起点的学生，通过本课程的学习，词汇量达到 1000 词，语法句型量达到 100 条，能基本应对日常生活和基本工作。达到新日语能力考 N4、J-test 考试的 EF 级，水平。

2、**中级日语**：针对有初级日语学习基础的学生，通过本课程的学习，词汇量达到 3000 词，语法句型量达到 200 条，能顺利应对日常生活和工作。达到新日语能力考 N3、J-test 考试的 D 级，水平。

3、**商务日语听力**：通过本课程的学习，可以听懂商务，日常生活交流用语如办公、出差、旅游、学习等。

4、**商务日语会话**：通过本课程的学习，可以流利的进行商务，日常生活交流用语如办公、出差、旅游、学习等。

5、**商务日语写作**：通过本课程的学习，培养基本的写译商务交流能力。

6、**涉外商务礼仪**：通过本课程的学习，更好地了解不同文化背景下的买家特点，塑造成功商务形象，赢得订单的同时，赢得尊重。

7、**外贸函电**：通过本课程的学习，基本看懂一般商务文件如日语函电等。熟悉浏览日语商务网站。

8、**日本概况**：通过本课程的学习，巩固学生综合日语学习的同时，开阔学生的视野，增加对日本国家了解。

# 国际经济与贸易（专科）专业素质课程简介

## 1、西方经济学：

西方经济学是一个内容相当广泛而松散的名词，迄今在世界上尚不存在一个众所同意的定义。它可以泛指大量与经济问题有关的各种不同的文献、资料和统计报告，其中包括教科书、官方文件、私营经济记录、专业或非专业著作、报刊杂志的文章和报道等等。本课程的主要内容有：西方经济学概念及研究内容；需求、供给和均衡价格；效用论；生产论；成本论；一般均衡理论和博弈论等等。

## 2、国际贸易：

国际贸易（International Trade）是指不同国家（和/或地区）之间的商品和劳务的交换活动。国际贸易是商品和劳务的国际转移。国际贸易也叫世界贸易。本课程主要介绍国际贸易概念，理论以及国际贸易的实践。本课程主要内容有：国际贸易基本概念；当代国际贸易的产生与发展；国际分工以及国际分工理论；世界市场；国际服务贸易；区域经济一体化；国际资本移动与跨国公司；对外贸易政策；关税壁垒与非关税壁垒；WTO 等等。

## 3、国际贸易实务：

《国际贸易实务》是一门专门研究国际间有形商品交换过程的学科，是一门具有涉外活动特点的、实践性很强的综合性应用学科。本课程的主要任务是系统介绍和具体说明国际货物销售的有关理论和实际操作的程序、做法以及与此有关的法律、法规和国际贸易惯例的学科，是普通高等院校对外经济贸易专业的一门专业基础课程。通过本课程的学习，让学生较全面地、较熟练地掌握有关国际货物销售业务的基础理论、基本知识和基本技能，并能掌握相关的法律规定和国际贸易惯例。

为了使理论与实践、政策与业务有机地结合起来，在学习本课程前，应学习《国际贸易》、《中国对外贸易》等先行课程。同时，本课程的内容与国际贸易法律课程的内容有密切的联系。因此，学习时，应将这些课程有机结合起来。

本课的教学目的在于让学生掌握从事进（出）口贸易所必需的基本理论、基本知识和基本技能，并培养学生分析问题和处理实际问题的能力。通过学习，要求学生学会在进出口贸易中，既能结合我国的具体国情，正确贯彻我国的外经贸方针政策，又能使我们的基本做法符合有关的国际规范。具体内容有：国际货物销售合同公约以及国际货物销售合同的磋商与订立、国际货物销售合同中的标的、最新国际贸易术语惯例、国际货物运输与货物运输保险、国际货款的结算、争议的预防与处理等等。

## 4、国际金融：

本课程主要介绍国际金融基本理论、基本业务、基本技能为主线，密切结合对外经

贸实际和国际金融形势，从宏观、微观方面配备了相当数量的案例，特别适合教学需要重视培养学生的综合分析能力与动手操作能力。

本课程主要内容有：国际收支与国际储备；外汇（汇率，汇率制度以及汇率标价方法）；外汇业务以及外汇风险管理；我国的外汇管制问题；国际金融市场（包括国际金融市场、欧洲货币市场、衍生金融工具市场）；对外贸易信贷；项目融资与 BOT；国际金融组织与国际货币体系等等。

## **5、国际物流：**

国际物流是指在两个或两个以上国家（或地区）之间所进行的物流。广义的国物流研究的范围包括国际贸易物流、非贸易物流、国际物流投资、国际物流合作、国际物流交流等领域。其中，国际贸易物流主要是指组织货物在国际间的合理流动；非贸易物流是指国际展览与展品物流、国际邮政物流等；国际物流合作是指不同国别的企业完成重大的国际经济技术项目的国际物流；国际物流投资是指不同国家物流企业共同投资建设国际物流企业。本课程主要内容有：国际物流简介；国际供应链管理；国际物流基础设施（港口，铁路，公路，航空，通讯等等）；进入海外市场的方法；国际合同管理；国际贸易支付；国际贸易单证；出口包装；国际海运；国际空运；进出口清关以及提高物流业竞争优势等等。

## **6、国际结算：**

国际结算是指国际间由于政治，经济，文化，外交，军事等方面的交往或联系而发生地以货币表示债权债务的清偿行为或资金转移行为，分为有形贸易结算和无形贸易结算两类。有形贸易引起的国际结算为国际贸易结算。无形贸易引起的国际结算为非贸易结算。本课程主要内容有：国际结算概述；国际结算中的票据；国际银行清算；汇款方式；托收方式和信用证结算方式；国际结算中常用单据；备用信用证与银行保函等等。

## **7、国际经济法：**

国际经济法是指调整国家之间；国际组织之间；国家与国际组织之间；国家与他国私人之间；国际组织与私人之间以及不同国籍私人之间，相互经济关系的法律规范的总称。它是随着各国之间贸易和经济往来日益增长以及国家对贸易和经济活动的干预日益加强而形成和发展的。早在中世纪末期，欧洲主要商业城市就有一些关于国际商业交易的规则。第二次世界大战后，有关国际经济关系的法律规则和制度大量出现，并具有了国家之间条约的形式。作为一门学科，国际经济法学也于第二次世界大战后，逐渐发展起来。本课程主要内容有：绪论；国际货物销售法；国际货物运输与保险费；国际货物贸易支付；WTO 多边贸易体制；国际技术贸易法；国际投资法；国际金融法；国际税法；国际竞争法和国际商事纠纷的解决等等。

## **8、跨文化商务沟通：**

跨文化商务沟通让学生了解跨文化商务沟通的基本理论和实践经验。《跨文化商务沟通》内容涵盖了文化差异、文化与沟通、文化与职场、商务礼仪和社会准则、性别沟通、跨文化管理、文化冲突、中国人的面子观、组织文化对跨文化商务沟通的影响、跨文化

商务谈判、跨文化全球营销、文化与全球化等内容。第一部分，文化差异：跨文化视角；第二部分，文化与沟通；第三部分，工作场所的文化多样性；第四部分，商务礼仪与社会规范；第五部分，跨文化交际中的性别差异；第六部分，跨文化沟通以及中国人的“面子观”等等。

## 9、中国对外贸易：

当今世界，没有一个国家能够完全独立于世界经济之外。无论是从产业部门还是从收入水平、就业和经济增长等不同层面来看，每个国家的经济都因与其他国家之间的贸易、投资而联系在一起。可以说，各国之间的贸易关系是各国经济间最为牢固的纽带。本课程主要内容有：导论；中国发展对外贸易的理论依据；世界贸易组织和中国对外贸易改革与发展；中国货物进出口贸易；中国服务贸易发展与服务市场开放；中国技术进出口贸易；中国对外资和对外直接投资；对外贸易行政管理；中国对外贸易宏观管理；中国的对外贸易促进；中国的对外贸易救济以及中国对外贸易国际竞争力研究等等。

## 10、旅游地理学：

作为服务贸易重要构成部分的旅游，是我国出口创汇的主要行业之一，在我国国民经济发展中起着越来越重要的作用。本课程主要内容有：绪论部分主要介绍旅游地理学的研究对象、研究内容等等；第二部分主要介绍旅游地理学发展简史；第三部分主要介绍旅游者行为；第四部分主要介绍旅游需求预测；第五部分主要介绍旅游资源评价；第六部分主要介绍旅游地生命周期与空间竞争；第七部分主要介绍城市旅游与主题公园；第八部分主要介绍旅游环境容量；第九部分主要介绍社区旅游；第十章主要介绍新型旅游即替代性旅游与生态旅游等等。

## 11、跟单实务：

《跟单实务》是一门实践性、应用性很强的外贸专业技术实践课，同时又具有一定的综合性，涉及到国际贸易理论、进出口实务、国际商法、国际结算、外经贸函电等课程的综合运用。本课程以能力培养和技术应用为根本出发点，以进出口单证的种类、用途、缮制及流转程序为研究对象，在系统地阐述国际贸易单证的制作、管理、传递等具体实务的基础上，按模块分别阐述介绍进出口交易一般程序、交易磋商环节、汇款与托收、国际贸易单证工作的意义、基本要求、分类和制作规范，跟单信用证、托收单证、结汇单证、进口单证、单证的操作与管理、基本报价的计算等。通过具体的理论讲述、多媒体演示、模块化演练、案例教学、综合实训和专业实习，要求学生掌握单证的种类、作用、内容、缮制方法、审核技巧及在制作过程中应掌握的有关基本理论和 UCP600 等国际惯例中的相关规定。熟悉外贸单证业务的流转程序，掌握外贸单证的操作与管理，并通过参加全国商务单证员考试，获得相关的单证员职业资格证书。

作为国际贸易专业一门基础课程，本课程的教学应在学生已经比较熟练地掌握国际贸易实务基础上展开，着重于国际贸易的基本知识和方法以及应用能力两个方面的考察，力图通过缮制外贸单据这一途径，使学生们在原有专业知识的基础上，加深对进出口业务过程中所涉及的实务的理解和掌握，顺利实现国际贸易理论与实践的接轨。

# 国际经济与贸易 ( 采购与供应方向 )( 专科 )

## 专业素质课程简介

### 1、采购原理与战略：

本课程主要介绍在采购中如何识别需求，如何有效地管理需求，如何制定一份有效的合同并进行有效的合同管理等；在采购原理的基础上，进一步阐述了企业如何进行采购战略的制定，以及采购战略如何与企业的总体战略相结合，并且有效地实施战略管理。

本课程主要内容有：采购原理；确定要求；合同；道德规范；公司战略与采购和供应；供应链管理目标；整体供应战略要素；单个采购的处理等等。

### 2、采购谈判与供应商选择：

谈判是十分重要的商业行为，通过谈判不仅可以找到问题的解决方案，还可以解决争议。通过谈判，采购者和供应者可以提高双方或多方组织的盈利能力。

通过阅读《采购与供应谈判》，能使采购专业人士了解到在计划、管理和执行谈判过程中必备的技巧能力。

本课程主要内容有：在不同背景下的谈判；了解供应商组织；谈判准备；财务工具在谈判中的应用；分析财务贡献；理解谈判的财务背景；谈判过程；为谈判各阶段分配资源；说服的技巧；谈判战术；结束谈判；有效沟通；理解谈判行为；成功谈判者的特点；提高提问技巧；谈判中的文化因素；电话谈判；内部谈判和电子谈判等等。

### 3、采购环境与供应市场分析：

通过对《采购环境与供应市场分析》内容的学习，帮助采购专业人士认真研究并把握自己所处的市场环境的性质与特点，以便作出正确决策。

本课程主要内容有：市场需求和供给分析；竞争环境；企业理论；商业环境分析（PEST分析概述）；营销与定价（现代组织中的营销；影响价格的因素和管理目录；产品周期与定价；其他定价策略以及政府与定价）等等。

### 4、采购过程与合同管理：

采购过程与合同管理从供应链的视角讲解了采购过程中的需求分析、招标程序、供应源搜寻、供应商评价和供应商关系管理等基本原理和方法，还包括如何对采购进行质量控制，采购中的客户服务以及各种采购组织不同的采购方式。

本课程的主要内容有：合同管理；货物销售合同法（货物与服务供应法；不公正合同条款法；电子合同涉及的法律）；合同条款；合同作价；合同管理；国际采购所依据的法律；质量控制与质量保证；资本与运营采购技术；供应源搜寻与供应商评价决策；商业关系（产业变量和组织变量；各种类型组织的采购；采购谈判）等等。

### 5、国际物流：

国际物流是指在两个或两个以上国家（或地区）之间所进行的物流。广义的国物流研究的范围包括国际贸易物流、非贸易物流、国际物流投资、国际物流合作、国际物流交流等领域。其中，国际贸易物流主要是指组织货物在国际间的合理流动；非贸易物流是指国际展览与展品物流、国际邮政物流等；国际物流合作是指不同国别的企业完成重大的国际经济技术项目的国际物流；国际物流投资是指不同国家物流企业共同投资建设国际物流企业。

本课程主要内容有：国际物流简介；国际供应链管理；国际物流基础设施（港口，铁路，公路，航空，通讯等等）；进入海外市场的方法；国际合同管理；国际贸易支付；国际贸易单证；出口包装；国际海运；国际空运；进出口清关以及提高物流业竞争优势等等。

## 6、采购绩效测量与商业分析：

本课程立足于实现采购与供应管理的目标，就如何实现目标进行绩效测量和监控，提出了有益的方法。绩效测量的结果不仅用于决定奖惩和工资的高低，更重要的是用于发现工作中的不足，以利于采购工作有的放矢地进行，使采购与供应管理工作不断得以改进。采购绩效测量作为整个目标管理过程的控制机制和工具，可谓重中之重。书中提供的思路和方法对于做好绩效测量和商业分析大有裨益。

本课程主要内容有：采购与供应职能部门的绩效测量（绩效测量、“增值”的概念、典型的绩效测量指标、测量库存和服务水平）； 供应商绩效测量（供应商绩效测量的关键指标、改进绩效）； 采购人员绩效测量（评估技术、 将采购者绩效和采购与供应管理的总目标联系起来、分析培训需求）； 融资渠道（私营部门融资、公共部门融资）； 分析供应商数据（经营损益表和资产负债表、预算和现金流量）； 价格与成本（成本要素、标准成本核算和成本控制、过程成本、成本、毛利率和盈亏平衡分析）； 资本货物采购； 采购分析中的统计方法（描述统计学、推断统计学、预测、质量控制中的统计方法）； 案例分析等等。

## 7、采购与供应链案例：

所谓“采购与供应案例”，是针对现实经济生活中采购与供应管理业务过程和实际环境的全面描述，是对采购与供应管理人员和相关从业人员所面临的问题或处境的描述。由于在实际工作中，

企业所面临的环境处在不断变化之中，而且影响的因素也特别多，同时各行各业的业务特点也不相同，因此，采购与供应案例的情况千差万别，其类型也极其繁多。

学习采购与供应管理理论方面知识的目的在于掌握和灵活运用该领域的知识。案例分析与教学就是通过对个案的研究和讨论的方式了解管理的实际情况，从而达到提高决策技巧的目的，即实现“借助他人经验，成就自身基业”这种质变的飞跃。

本课程主要内容有：第一章 采购战略；第二章 采购计划与预算；第三章 供应商选择与管理；第四章 采购价格与采购成本；第五章 采购招投标；第六章 采购供应谈判；第七章 国际采购等等。

## 8、国际贸易：

国际贸易（International Trade）是指不同国家（和/或地区）之间的商品和劳务的交换活动。国际贸易是商品和劳务的国际转移。国际贸易也叫世界贸易。

本课程主要介绍国际贸易概念，理论以及国际贸易的实践。

本课程主要内容有：国际贸易基本概念；当代国际贸易的产生与发展；国际分工以及国际分工理论；世界市场；国际服务贸易；区域经济一体化；国际资本移动与跨国公司；对外贸易政策；关税壁垒与非关税壁垒；WTO 等等。

## 9、国际贸易实务：

《国际贸易实务》是一门专门研究国际间有形商品交换过程的学科，是一门具有涉外活动特点的、实践性很强的综合性应用学科。本课程的主要任务是系统介绍和具体说明国际货物销售的有关理论和实际操作的程序、做法以及与此有关的法律、法规和国际贸易惯例的学科，是普通高等院校对外经济贸易专业的一门专业基础课程。通过本课程的学习，让学生较全面地、较熟练地掌握有关国际货物销售业务的基础理论、基本知识和基本技能，并能掌握相关的法律规定和国际贸易惯例。

为了使理论与实践、政策与业务有机地结合起来，在学习本课程前，应学习《国际贸易》、《中国对外贸易》等先行课程。同时，本课程的内容与国际贸易法律课程的内容有密切的联系。因此，学习时，应将这些课程有机结合起来。

本课的教学目的在于让学生掌握从事进（出）口贸易所必需的基本理论、基本知识和基本技能，并培养学生分析问题和处理实际问题的能力。通过学习，要求学生学会在进出口贸易中，既能结合我国的具体国情，正确贯彻我国的外经贸方针政策，又能使我们的基本做法符合有关的国际规范。

具体内容有：国际货物销售合同公约以及国际货物销售合同的磋商与订立、国际货物销售合同中的标的、最新国际贸易术语惯例、国际货物运输与货物运输保险、国际货款的结算、争议的预防与处理等等。

## 10、世界经济地理：

本课程研究世界主要国家和地区商品生产的地域分工、商品交换的地理分布和地理格局的形成、发展和变化的规律，包括世界自然地理及人文地理因素分布、特点及对国际贸易的影响；世界主要国家（地区）当前经济特点、对外贸易商品结构和市场结构；国际贸易货物运输的主要方式、航线和港口等。

本课程的目的是学生掌握了自然地理、经济地理和人文地理的基本理论和基本知识的基础上，系统了解全球性的主要地理问题；掌握各大洲及其主要国家或地区的资源环境条件，经济与社会发展的特点，人地关系问题及对外经济与社会联系问题等；引导学生掌握区域分析、区域对比等区域研究方法；以人地关系为出发点，掌握理解在可持续发展目标下各国社会经济发展的自然地理条件和要求解决的生态与环境问题；理解全球不同等级、不同层次的自然和经济地域系统的形成、发展及其规律以及它们相互间的关系。

本课程主要内容： 地理环境与国际贸易；世界居民、国家类型和国际关联；世界贸易市场的分布； 世界自由经济区 ； 国际贸易中的交通运输； 世界各洲主要贸易区等等。

# 人力资源管理（专科）专业素质课程简介

**1、管理学原理：**是研究如何不断地、有意识地对组织的资源进行合理配置、并对组织进行塑造的方式与方法的应用学科。主要学习管理学的基本原理、理论，重点掌握计划、组织、领导、控制等管理的基本职能，培养学生运用管理的基本原理处理企业日常管理业务的能力。

**2、人力资源管理概论：**是使学生系统掌握人力资源管理的基本理论与知识，并能结合案例和企业的实际情况灵活加以运用，使学生提高人力资源管理方面分析问题和解决问题的能力，从而为今后学习其它专业课奠定基础，也为学生毕业后在相关部门的实际工作打下坚实基础。主要学习和掌握工作分析研究、职务分析、工作实绩评价、职工选聘、劳动报酬等管理的原理和方法，培养学生从事人力资源开发与管理的的能力。

**3、职业生涯管理：**力求学生通过该课程的学习，能够掌握工资管理的基本理论和基本方法，熟悉并能运用员工职业生涯管理心理健康的自我调试、性格、气质测评与职业定位、自我管理、情商与人际关系能力提高、生涯规划与投资理财、个人和组织的生涯规划知识和方法，使学生能够对职业选择、人生成就、健康快乐与投资理财等问题通盘合理规划。

**4、员工培训与开发：**学生通过学习把握基础理论，包括培训与组织发展的关系、培训的教育学习理论和培训的形式等；进行流程分析，包括培训的需求分析、培训项目的开发与实施，以及培训效果的评估；能够从事新员工导向培训、管理开发培训，以及员工职业生涯管理中的培训。

**5、员工招聘：**学生通过学习了解招聘与选拔的各个阶段，掌握编写工作描述及任职条件、发布招聘广告、收集和评估申请、进行选拔面试、做出事后反馈、引导新员工入职，以及评估最终结果等工作的专门技术，避免招聘与选拔决策过程中可能出现的各种错误和偏见。

**6、绩效管理原理：**通过本课程的学习，使学生对绩效管理有比较系统和全面的认识，了解和掌握绩效管理的有关概念、方法及原理；掌握绩效评价指标体系及其设计的方法；熟悉绩效考评的程序；能够利用所学知识分析绩效问题，了解如何通过绩效管理制度引导企业行为，掌握解决现实中企业有关绩效管理方面问题的方法；学生毕业后具备组织和从事企业人力资源管理中绩效管理工作职能的能力。

**7、薪酬管理原理：**本课程的教学目的和任务是：（1）使学生掌握薪酬管理的基本

理论和相关基础知识；(2) 使学生了解国内外薪酬管理的主要理论和有代表性的薪酬制度，从总体上认识和把握薪酬管理的现状和发展趋势；(3) 使学生掌握企业薪酬管理的基本技术和方法，培养正确分析和处理薪酬管理中各种问题的能力。

**8、领导科学：**本课程的教学目的和任务是：(1) 使学生掌握薪酬管理的基本理论和相关基础知识；(2) 使学生了解国内外薪酬管理的主要理论和有代表性的薪酬制度，从总体上认识和把握薪酬管理的现状和发展趋势；(3) 使学生掌握企业薪酬管理的基本技术和方法，培养正确分析和处理薪酬管理中各种问题的能力。

**9、工作分析：**课程以培养人力资源管理者管理能力为目标，重点讲授高效获取有关组织内各种工作的信息的方法，从而保证人力资源管理决策的正确有效，保证管理目标的全面实现。主要介绍了现代组织人力资源管理中新兴的工作分析技术及其操作方法，具体内容包括工作分析的理论概述、历史发展、方法与技术操作、分析质量鉴定以及如何把工作分析运用于组织管理实践。

**10、企业文化概论：**通过本课程的教学，使学生掌握企业文化的基本知识、基本原理，学会用企业文化理论分析和解决企业实际问题的方法，同时使学生树立爱岗敬业、维护企业形象的意识，为毕业后成功地走上社会、参加企业经营管理实践打下基础。

**11、管理沟通艺术：**教授培训学生沟通管理过程中的书面沟通技能、面谈技能、倾听技能，介绍演讲技能以及沟通过程中的视觉辅助手段的应用方法，帮助学生在工作中改善与上司、下属、同事的沟通技巧，避免沟通中常见的问题，进而让学生了解人际沟通的基本原理；. 使学生掌握组织内部管理沟通的有效方法；. 提升学生的团队合作意识，适应现代组织的发展要求。

**12、人力资源心理学：**学生通过学习能够以人事心理学在人力资源管理中各环节的应用为主线，从评估与发展这两个方面出发详细进行人事心理学在岗位分析、绩效评估、人事选拔与决策、雇员的职业发展和职业健康、补偿系统等方面的实践，了解并应用人事心理学相关领域在当代的新发展。

**13、组织结构设计：**使学生掌握业务流程和组织结构设计与管理的全部内容，尤其可以学习到根据企业业务流程优化组织结构。

**14、公共关系：**是一门综合性的应用学科，它研究组织在经营管理活动中如何与公众进行双向传播与沟通。本课程主要内容包括：公共关系概述；公共关系三要素（社会组织、公众、传播）；公共关系的职能、原则与工作准则；公共关系的组织机构及从业人员；公共关系的工作程序；公共关系专题活动；公共关系危机处理及公共关系礼仪。

**15、战略人力资源管理：**力求使学生能够掌握战略人力资源管理理论基础，分析战

略人力资源管理的外部环境。运用竞争战略与战略人力资源管理，建立与战略匹配的人力资源系统，进行战略人力资源规划，战略性工作分析与组织设计，从战略高度设计人力资源获取，进行人力资源开发，人力资源评估，设计人力资源薪酬，进行职业生涯管理，对战略国际人力资源管理，战略领导力开发，战略人力资源效果测评有所认识。

**16、组织行为学概论：**是采用系统分析的方法，研究一定组织中人的能力和行为的规律性，从而提高各级领导者和管理者对人的行为的预测和引导能力，以便更有效地实现组织预定的目标。通过学习，要求学生较为系统地掌握组织行为学中个体行为、群体行为、领导行为、组织行为的相关理论，并通过案例分析和实践练习，加深对相关理论的认识。

## 人力资源管理 ( 现代企业管理 )( 专科 ) 专业素质课程简介

**1、管理学原理：**是研究如何不断地、有意识地对组织的资源进行合理配置、并对组织进行塑造的方式与方法的应用学科。主要学习管理学的基本原理、理论，重点掌握计划、组织、领导、控制等管理的基本职能，培养学生运用管理的基本原理处理企业日常管理业务的能力。

**2、人力资源管理概论：**是使学生系统掌握人力资源管理的基本理论与知识，并能结合案例和企业的实际情况灵活加以运用，使学生提高人力资源管理方面分析问题和解决问题的能力，从而为今后学习其它专业课奠定基础，也为学生毕业后在相关部门的实际工作打下坚实基础。主要学习和掌握工作分析研究、职务分析、工作实绩评价、职工选聘、劳动报酬等管理的原理和方法，培养学生从事人力资源开发与管理的的能力。

**3、会计学原理：**主要学习会计的基础知识、基本理论和基本方法，重点介绍借、贷记账法的原理、特点及其应用，以及记账凭证、账簿和报表的填制方法及六大要素的核算。

**4、统计学原理：**主要学习常用的统计调查、统计整理和统计分析的各种方法，学习企业各项技术指标的计算范围和方法，包括产品数量统计、劳动工资统计、材料消耗统计、设备统计、财务统计、销售统计等，使学生掌握各项技术指标的计算方法，培养学生的统计分析能力，培养学生全面了解和评价企业管理水平的能力。

**5、经济法相依为命：**主要学习公司法、企业法、经济合同法、产品质量法、税法和审计法等有关经济法律知识，培养学生的法律意识及对经济案例进行分析、处理的能力。

**6、市场营销：**是一门建立在经济科学、行为科学、管理科学和现代科学技术基础之上的应用科学。市场营销学的研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性，即在特定的市场营销环境中，企业以市场调研分析为基础，为满足现实和潜在的市场需求，所实施的以产品 (Product)、定价 (Price)、地点 (Place)、促销 (Promotion) 为主要决策内容的市场营销管理过程及其客观规律性。

**7、财务管理基础：**主要介绍在市场经济条件下，财务管理的基本理论和方法。要求通过本课程的教学，使学生掌握企业财务与财务管理的基本概念、基本内容、基本方

法，为今后从事管理及会计工作打下基础。课程重点是以企业资金运动为中心内容，以资金的筹集、投放、耗费、收入和分配为框架，分析财务管理的基本概念、管理原则、管理制度等理论问题。

**8、现代企业经营管理：**要求学生熟练的掌握现代企业管理基本理论知识、基本原则、思维方法，把握现代企业的主要特征和现代企业管理的基本技能。主要内容：现代企业制度、管理组织机构、企业组织模式和结构、企业组织关系和创新、现代企业管理方法、外商投资企业管理、企业文化等内容。

**9、企业战略管理：**主要学习企业战略管理的基本理念和方法，掌握企业的战略体系：企业经营战略、产品发展战略、市场发展战略、营销战略、企业广告战略、企业形象战略、企业名牌战略、企业定价战略企业人才发展战略等内容。

**10、公共关系：**是一门综合性的应用学科，它研究组织在经营管理活动中如何与公众进行双向传播与沟通。本课程主要内容包括：公共关系概述；公共关系三要素（社会组织、公众、传播）；公共关系的职能、原则与工作准则；公共关系的组织机构及从业人员；公共关系的工作程序；公共关系专题活动；公共关系危机处理及公共关系礼仪。

**11、质量管理：**主要学习质量管理的基本方法，质量特性值的测定及 ISO9000、ISO14000 系列标准等。

**12、跨国公司管理：**本课程主要从跨国公司的形成和发展、跨国公司对世界经济发展的影响的角度出发，讲述有关跨国公司相关理论，跨国公司的全球战略，跨国公司的对外直接投资，跨国公司的技术转让，跨国公司的经营方式，跨国公司的组织管理、营销管理、财务管理，跨国公司的人力资源的管理等内容。

# 人力资源管理 ( 工商企业管理 )( 专科 )

## 专业素质课程简介

1、**管理学原理**：是研究如何不断地、有意识地对组织的资源进行合理配置、并对组织进行塑造的方式与方法的应用学科。主要学习管理学的基本原理、理论，重点掌握计划、组织、领导、控制等管理的基本职能，培养学生运用管理的基本原理处理企业日常管理业务的能力。

2、**人力资源管理概论**：是使学生系统掌握人力资源管理的基本理论与知识，并能结合案例和企业的实际情况灵活加以运用，使学生提高人力资源管理方面分析问题和解决问题的能力，从而为今后学习其它专业课奠定基础，也为学生毕业后在相关部门的实际工作打下坚实基础。主要学习和掌握工作分析研究、职务分析、工作实绩评价、职工选聘、劳动报酬等管理的原理和方法，培养学生从事人力资源开发与管理的的能力。

3、**会计学原理**：主要学习会计的基础知识、基本理论和基本方法，重点介绍借、贷记账法的原理、特点及其应用，以及记账凭证、账簿和报表的填制方法及六大要素的核算。

4、**统计学原理**：主要学习常用的统计调查、统计整理和统计分析的各种方法，学习企业各项技术指标的计算范围和方法，包括产品数量统计、劳动工资统计、材料消耗统计、设备统计、财务统计、销售统计等，使学生掌握各项技术指标的计算方法，培养学生的统计分析能力，培养学生全面了解和评价企业管理水平的能力。

5、**经济法概论**：主要学习公司法、企业法、经济合同法、产品质量法、税法和审计法等有关经济法律知识，培养学生的法律意识及对经济案例进行分析、处理的能力。

6、**市场营销**：是一门建立在经济科学、行为科学、管理科学和现代科学技术基础之上的应用科学。市场营销学的研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性，即在特定的市场营销环境中，企业以市场调研分析为基础，为满足现实和潜在的市场需求，所实施的以产品 (Product)、定价 (Price)、地点 (Place)、促销 (Promotion) 为主要决策内容的市场营销管理过程及其客观规律性。

7、**财务管理基础**：主要介绍在市场经济条件下，财务管理的基本理论和方法。要

求通过本课程的教学，使学生掌握企业财务与财务管理的基本概念、基本内容、基本方法，为今后从事管理及会计工作打下基础。课程重点是以企业资金运动为中心内容，以资金的筹集、投放、耗费、收入和分配为框架，分析财务管理的基本概念、管理原则、管理制度等理论问题。

**8、企业经营管理理论：**主要学习掌握经营环境分析评价、经营决策的选择和制定、经营计划编制的方法和原理、新产品的开发、经营控制与分析以及生产管理的基本理论和基本方法，要求熟练掌握生产过程组织、流水线组织、现场管理、生产技术管理、设备管理的原理和方法。

**9、企业战略管理：**主要学习企业战略管理的基本理念和方法，掌握企业的战略体系：企业经营战略、产品发展战略、市场发展战略、营销战略、企业广告战略、企业形象战略、企业名牌战略、企业定价战略企业人才发展战略等内容。

**10、电子商务概论：**系统地介绍电子商务领域各个方面的知识，以及电子商务所涉及到的网络基础、商务网站制作基础等知识。通过学习本门课程使学生从网络技术及电子商务运作流程两个角度对电子商务的基本理论与实践进行了解和掌握。

**11、广告策划与管理：**通过本课程的教学活动使学生了解广告策划的原理、技巧、程序及具体运作，掌握广告策划所需要的思维方法和实务操作能力，较熟练地运用各种不同的广告手段模拟策划企业广告活动及进行策划书撰写。

**12、证券投资学：**学习证券和证券交易的基本知识，熟悉我国证券投资的管理制度、政策和法规，较系统的掌握证券投资的基本理论、管理业务及操作方法。

# 会计（专科）专业素质课程简介

## 1、会计学原理：

包括基础会计内容、工业企业会计核算的一般内容、会计报表的编制与分析。基础会计介绍会计的基本原则原理、会计要素、记帐方法等；工业企业会计核算的一般内容介绍会计科目的核算以及特殊会计问题；会计报表的编制与分析介绍资产负债表、利润表、现金流量表三大报表的含义、结构、编制及报表分析方法。

## 2、财务会计：

通过提供财务报告把有关企业财务状况、经营成果、财务状况的变化等会计信息传递给企业外部信息使用者，直接影响到企业自身的生存发展，同时，影响到投资人、债权人以及国家等各方面的经济利益，进一步掌握会计信息生成和传递的程序和方法以及规范。

## 3、中国税制：

介绍国家各种税收法律法规、征收办法的基本知识。主要内容有增值税、营业税、消费税、所得税等基本税收法律规定。掌握我国税法的主要税种和纳税计算等。

## 4、管理会计：

讲述了以变动成本理论为基础的预测与规划，经营决策、投资决策、全面通情达理算、成本控制、责任会计等管理方法。

## 5、成本会计：

主要介绍现代成本会计的理论、方法技能及案例。内容包括：成本预测、成本规划、成本决策、成本计划、成本核算、成本分析及考核。

## 6、财务管理基础：

在引入货币时间价值、风险、报酬等财务管理的基本概念和价值观的基础上，重点讨论公司财务中的有关问题。包括：了解企业资金运动中所形成的各种财务活动及其财务关系，了解财务管理在企业中的地位、作用和目标。掌握融资决策、投资决策、股利分配决策的理论、原则和方法。

## **7、审计学基础：**

介绍审计的基本知识、基本概念、行业介绍、注册会计师执业规范体系等、审计的基本理论和基本方法、审计目标与计划、审计风险与重要性、内部控制及其评价、审计抽样、审计证据与审计工作底稿、会计报表审计、销售与收款循环审计、购货与付款循环审计、生产循环审计、筹资与投资循环、货币资金与特殊项目审计、审计报告与验资等。

## **8、经济法概论：**

主要讲授经济法的基本原则、经济法律关系、公司法、企业法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、合同法等内容。

## **9、会计电算化：**

内容包括：会计电算化概论，电算化审计，会计信息技术，中文 Excel 记账，计算机网络基础，Internet, Intranet 和 Extranet，面向 Internet 的管理信息系统。

## **10、统计学原理：**

系统地介绍数据分析与统计方法在实践中的应用，并结合金融、会计及商务领域方面的案例进行讲解，要求学生掌握统计学的概念与方法，能够熟练运用专业统计软件进行统计分析。

## **11、管理学原理：**

介绍管理的一般原理与方法，包括管理思想的演变、管理环境分析以及计划、战略、决策、组织、组织中的领导、激励与沟通、控制各项管理职能，从而让学生理解管理问题的特点，形成管理的思维方法。

## **12、会计模拟实习：**

主要介绍会计循环的有关操作，进一步掌握会计的理论和方法，为今后实习和参加实际工作奠定基础。

# 会计 ( 涉外会计 )( 专科 ) 专业素质课程简介

## 1、会计学原理：

包括基础会计内容、工业企业会计核算的一般内容、会计报表的编制与分析。基础会计介绍会计的基本原则原理、会计要素、记帐方法等；工业企业会计核算的一般内容介绍会计科目的核算以及特殊会计问题；会计报表的编制与分析介绍资产负债表、利润表、现金流量表三大报表的含义、结构、编制及报表分析方法。

## 2、财务会计：

通过提供财务报告把有关企业财务状况、经营成果、财务状况的变化等会计信息传递给企业外部信息使用者，直接影响到企业自身的生存发展，同时，影响到投资人、债权人以及国家等各方面的经济利益，进一步掌握会计信息生成和传递的程序和方法以及规范。

## 3、外贸会计基础：

介绍外贸企业会计核算，内容包括出口会计的业务背景与会计处理；交单索款的会计处理；交单索款的财务过程——国际贸易结算；收汇清账与外汇会计；出口税务会计；自营、代理出口及代理买断制的会计；进口业务会计；加工贸易会计；信用证专题；外贸融资会计；外汇防险会计。

## 4、中国税制：

介绍国家各种税收法律法令、征收办法的基本知识。主要内容有增值税、营业税、消费税、所得税等基本税收法律规定。掌握我国税法的主要税种和纳税计算等。

## 5、成本会计：

主要介绍现代成本会计的理论、方法技能及案例。内容包括：成本预测、成本规划、成本决策、成本计划、成本核算、成本分析及考核。

## 6、财务管理基础：

在引入货币时间价值、风险、报酬等财务管理的基本概念和价值观的基础上，重点

讨论公司财务中的有关问题。包括：了解企业资金运动中所形成的各种财务活动及其财务关系，了解财务管理在企业中的地位、作用和目标。掌握融资决策、投资决策、股利分配决策的理论、原则和方法。

### **7、审计学基础：**

介绍审计的基本知识、基本概念、行业介绍、注册会计师执业规范体系等、审计的基本理论和基本方法、审计目标与计划、审计风险与重要性、内部控制及其评价、审计抽样、审计证据与审计工作底稿、会计报表审计、销售与收款循环审计、购货与付款循环审计、生产循环审计、筹资与投资循环、货币资金与特殊项目审计、审计报告与验资等。

### **8、经济法概论：**

主要讲授经济法的基本原则、经济法律关系、公司法、企业法、反不正当竞争法、消费者权益保护法、合同法等内容。

### **9、会计电算化：**

内容包括：会计电算化概论，电算化审计，会计信息技术，中文Excel 记账，计算机网络基础，Internet, Intranet 和Extranet，面向Internet 的管理信息系统。

### **10、统计学原理：**

系统地介绍数据分析与统计方法在实践中的应用，并结合金融、会计及商务领域方面的案例进行讲解，以提高学生学习统计学的兴趣和应用统计方法分析、解决实际问题的能力。要求学生掌握统计学的概念与方法，能够熟练运用专业统计软件进行统计分析。

### **11、管理学原理：**

介绍管理的一般原理与方法，包括管理思想的演变、管理环境分析以及计划、战略、决策、组织、组织中的领导、激励与沟通、控制各项管理职能，从而让学生理解管理问题的特点，形成管理的思维方法。

### **12、国际贸易操作实务：**

介绍国际贸易理论的分析方法、基本结论和适用场景，包括各时期的国际贸易理论；限制和鼓励进出口的关税；非关税壁垒及其他经济政策对国际贸易的影响；各国主要贸易政策及理论基础；中国对外贸易的发展；当今国际贸易及贸易理论的新趋势，同时介绍国际贸易中的一般操作方法。

## 市场营销（专科）专业素质课程简介

**1、经济法概论：**该课程具有较强的理论性和应用性，由经济法基础理论、经济组织法律制度、市场运行管理法律制度、市场调控和监督法律制度和仲裁与民事诉讼法律制度五部分构成，既包括基础理论又涉及几十个部门法。通过学习，使学生能够掌握经济法的基础知识，加强对我国现行的经济法律、法规的认识和理解，增强法制观念，提高在专业领域中运用经济法律的能力。

**2、管理学原理：**介绍管理的一般原理与方法，包括管理思想的演变、管理环境分析以及计划、战略、决策、组织、组织中的领导、激励与沟通、控制各项管理职能，从而让学生理解管理问题的特点，形成管理的思维方法，适应时代变革的挑战。

**3、财务会计：**通过提供财务报告把有关企业财务状况、经营成果、财务状况的变化等会计信息传递给企业外部信息使用者，直接影响到企业自身的生存发展，同时，影响到投资人、债权人以及国家等各方面的经济利益，进一步掌握会计信息生成和传递的程序和方法以及规范。

**4、统计学原理：**一门实用性很强的方法学，包括适用于很多领域的一般统计学方法，比如数据的收集和整理、统计描述、假设检验、方差分析、相关与回归分析等，也包括某些特定领域使用的专用统计方法，比如时间序列分析、实验设计、误差理论和分析等。作为经济与管理类专业的核心课程之一，本课程的特点不是介绍理论统计学的数学原理，而是侧重阐述统计方法的思路与思想，并辅以大量经济与管理的实例。

**5、市场营销学：**通过学习较全面地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法，分析市场营销环境、研究市场机会、制定市场营销决策、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养正确分析和解决市场营销管理问题的能力。

**6、推销学：**阐述了推销活动的原理、方法、策略和技巧。课程内容主要包括：推销与推销人员、推销心理与推销模式、顾客开发、推销接近与洽谈、顾客异议处理与成交、推销管理。

**7、消费心理学：**研究消费者心理活动的基本过程、心理特征以及对消费者购买行为的现实指导意义。消费心理学基本原理；消费者心理的基本过程、心理及行为特征；消费群体的心理和行为；流行时尚，商品因素与消费心理、行为；购买环境与消费心理、行为；新产品设计、销售与消费心理；营销沟通与消费心理；消费者权益的保护等。

**8、公共关系与商务礼仪：**本课程在现代社会发展中承担着推动社会进步，为两个文明服务的重任。主要内容包括：公共关系的职能和原则、公共关系机构和人员、公共关系工作程序、公共关系传播、公共关系实务技巧、商务礼仪、涉外公共关系等。

**9、连锁营销管理：**讲授连锁经营的发展历程、实质与特征、基本模式、主要业态以及连锁经营的组织与主要管理系统，商品采购管理技术，物流管理技术，信息管理技术，ECR技术，财务管理技术，连锁经营质量保证体系。

**10、客户关系管理：**主要由三大部分组成，第一部分是综述，综述部分主要介绍客户关系管理的产生背景、基本概念等；第二部分是客户关系，主要介绍客户满意度指数模型和测评体系、客户忠诚和客户生命周期概念以及客户终生价值的定义；第三部分是客户关系管理系统，主要介绍客户关系管理软件系统的基本组成、客户关系管理在企业信息化中的位置及与其他信息系统之间的关系。

**11、分销管理：**通过讲述企业营销分销渠道的结构和功能，营销渠道战略和渠道设计，营销渠道成员选择与管理，渠道中的分销商，营销渠道流程和运营管理，让学生对于企业营销分销渠道管理工作有深刻了解。

**12、品牌管理：**对营销实践中的现实问题为依据，通过解剖品牌、打造品牌的基本模式、品牌定位、形象设计、品牌发展策略等内容的介绍，帮助学生分析品牌引起的复杂现象，而且揭示品牌运作过程中各环节的关联之处。

# 市场营销 ( 国际营销方向 )( 专科 )

## 专业素质课程简介

**1、经济学概论：**该课程具有较强的理论性和应用性，由经济法基础理论、经济组织法律制度、市场运行管理法律制度、市场调控和监督法律制度和仲裁与民事诉讼法律制度五部分构成，既包括基础理论又涉及几十个部门法。通过学习，使学生能够掌握经济法的基础知识，加强对我国现行的经济法律、法规的认识和理解，增强法制观念，提高在专业领域中运用经济法律的能力。

**2、管理学原理：**介绍管理的一般原理与方法，包括管理思想的演变、管理环境分析以及计划、战略、决策、组织、组织中的领导、激励与沟通、控制各项管理职能，从而让学生理解管理问题的特点，形成管理的思维方法，适应时代变革的挑战。

**3、国际贸易概论：**本课程主要介绍国际贸易的发展和世界市场的形成；二次大战后的国际贸易和世界市场；对外贸易在国民经济中的地位和作用；马克思主义的国际分工理论；西方经济学家的国际贸易学说；马克思的国际价值理论；世界市场价格；对外贸易政策；关税与非关税壁垒；出口促进与出口管制；国际资本移动；跨国公司；关贸总协定与世界贸易组织；国际经济一体化；发达国家间的贸易关系；发展中国家与国际经济新秩序。

**4、市场营销学：**通过学习较全面地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法，分析市场营销环境、研究市场机会、制定市场营销决策、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养正确分析和解决市场营销管理问题的能力。

**5、品牌管理：**对营销实践中的现实问题为依据，通过解剖品牌、打造品牌的基本模式、品牌定位、形象设计、品牌发展策略等内容的介绍，帮助学生分析品牌引起的复杂现象，而且揭示品牌运作过程中各环节的关联之处。

**6、销售学：**建立在市场营销学、行为科学和现代管理理论和技术基础上的应用学科，主要介绍了销售管理的基础和理论、销售规划和设计、销售过程与技巧、销售人员

的管理等内容。

**7、消费心理学：**研究消费者心理活动的基本过程、心理特征以及对消费者购买行为的现实指导意义。消费心理学基本原理；消费者心理的基本过程、心理及行为特征；消费群体的心理和行为；流行时尚，商品因素与消费心理、行为；购买环境与消费心理、行为；新产品设计、销售与消费心理；营销沟通与消费心理；消费者权益的保护等。

**8、公共关系与商务礼仪：**本课程在现代社会发展中承担着推动社会进步，为两个文明服务的重任。主要内容包括：公共关系的职能和原则、公共关系机构和人员、公共关系工作程序、公共关系传播、公共关系实务技巧、商务礼仪、涉外公共关系等。

**9、连锁经营管理：**讲授连锁经营的发展历程、实质与特征、基本模式、主要业态以及连锁经营的组织与主要管理系统，商品采购管理技术，物流管理技术，信息管理技术，ECR技术，财务管理技术，连锁经营质量保证体系。

**10、国际贸易操作商务：**阐述国际货物贸易的贸易规范、贸易环节和国际惯例，内容包括国际贸易概述、国际贸易的标的、国际贸易术语、商品价格与核算、国际货物运输、国际货物运输保险、国际货款结算、争议的预防与处理、交易磋商与合同订立、合同的履行以及国际贸易方式等。

**11、国际市场营销：**一门应用性较强的课程，主要介绍企业在国际市场中开展跨国营销的基本理论、基本知识和基本技巧，内容包括：国际市场营销的定义、环境，国际市场的细分、选择、定位，国际市场营销的战略和组合，国际市场营销的产品、品牌、价格、渠道以及促销策略等。

**12、分销管理：**通过讲述企业营销分销渠道的结构和功能，营销渠道战略和渠道设计，营销渠道成员选择与管理，渠道中的分销商，营销渠道流程和运营管理，让学生对于企业营销分销渠道管理工作有深刻了解。

## 电子商务（专科）专业素质课程简介

**1、电子商务概论：**介绍电子商务的基本概念，电子商务的实用技术，以及电子商务企业信息管理等基本知识和基本方法。

**2、市场营销：**是一门建立在经济科学、行为科学、管理科学和现代科学技术基础之上的应用科学。市场营销学的研究内容具有综合性、实践性、应用性。主要内容包括怎样识别市场需求，分割市场以及针对目标市场所采取的营销组合策略如产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等。

**3、国际贸易操作实务：**国际贸易操作实务是一门专门研究国际间商品交换的具体过程、具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用学科。研究对外贸易活动中一般商品进出口的实务操作，以买卖合同为中心，介绍合同的磋商、合同的条款和合同的履行。涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与保险等学科的基本原理与基本知识的运用。

**4、管理学原理：**管理学原理是专门介绍管理活动的基本规律和一般方法的学科。内容包括管理的前提与本质、计划、组织、领导、控制、创新等。通过管理学的学习，能够掌握管理的基本原理、原则、职能和有关方法，并增强学习、研究、应用管理学的的能力，树立全新的管理观念，提高管理能力。

**5、计算机网络技术：**介绍计算机网络基本概念，特别是Internet 原理，TCP/IP 协议；网络操作系统的原理与安装使用。包括：基本概念和术语、数据通信信道、数据传输技术、数据通信组网设备、计算机网络及其体系结构、计算机网络协议、局域网等内容。

**6、网页设计与网站建设：**介绍网页设计基础知识，网站的规划与建设，网页文档的创建及基本操作，网页布局技术，CSS 样式的应用，网页中的行为技术，库与模板，表单的应用，Dreamweaver MX 2004 的扩展效果及整合技术，数据库与动态数据的运用等。

**7、基础会计学：**介绍会计的基本原则、原理、会计要素、记帐方法等；会计报表

的编制与分析介绍资产负债表、利润表、现金流量表三大报表的含义、结构、编制及报表分析方法。

**8、网络营销：**内容有网络营销概论、网络营销环境分析、在线消费行为、网上调查、网络市场细分和目标市场、顾客沟通及顾客数据库管理、建立营销导向的网站、外向营销、网上产品和定价、作为渠道的网络、网上沟通、网上关系营销策略、网络营销计划等。

**9、物流学：**是一门综合性、应用性、系统性和拓展性很强的科学。主要介绍物流的基本概念、发展状况和技术方法。通过本课程的学习，学生可以正确理解物流学的基本概念和基本理论体系；深刻认识物流在国民经济中的作用，熟悉物流系统的构成，掌握物流组织的基本方法。

**10、电子商务安全与保密：**介绍了电子商务安全保密技术的基础理论、应用和实际的解决方案，内容包括：电子商务所涉及的典型密码算法、数字签名技术、认证技术、密钥管理技术、网络安全技术、电子商务安全常用的安全协议和PKI技术，移动商务安全技术，以及电子商务安全在电子政务、企业信息化中的特殊应用。

**11、电子商务法规：**阐述电子商务中的法律问题，有针对性地介绍电子商务案例，涉及的法律知识与电子商务联系紧密，具有较强实用性。

**12、网络支付与结算：**本课程从电子商务的角度出发，全面、系统地介绍包括银行、证券和保险在内的金融电子商务的基本原理、体系结构、运行管理机制。理论性与应用性相结合，使学生能掌握网上支付与结算有关的基础知识，对金融电子商务的发展和應用有基本的了解，并能在实际的工作生活中得以应用。

## 电子商务 ( 网络营销方向 )( 专科 ) 专业素质课程简介

**1、电子商务概论：**本课程内容主要讲授电子商务的概念，形成与发展，应用范围，方式和模式及电子商务的基础设施，电子商务的软件和工具，电子商务的安全威胁和安全管理措施，电子结算系统，在线零售，网络营销，供应链管理，顾客关系管理等。

**2、国际贸易操作实务：**讲授国际贸易的基本知识，使学生了解商品买卖的交易条件和有关国际惯例，交易磋商，合同签订与履行的基本知识，掌握进出口业务的操作程序。

**3、市场营销：**主要培养学生了解市场营销环境因素的变化归律，选择目标市场，进行市场调查，预测及制定营销组合方案的方法，掌握市场营销计划，营销组织系统与控制，营销服务管理等基本知识。

**4、网络营销：**本课程是电子商务专业的专业技术课。主要讲述企业如何利用互联网开展市场营销活动；互联网企业如何利用市场营销方法规划并发展自己的业务。课程主要学习网络营销特征、环境，顾客网络购买分析，网络调研，网站推广策略等。

**5、计算机网络技术：**主要内容包括计算机网络技术基础理论和基础知识、Internet基本应用、信息检索与利用、电子政务、电子商务、网页设计与制作和信息安全基础。

**6、电子商务数据库应用：**主要介绍电子商务数据库的基本知识以及相关数据库软件（SQL SERVER，ACCESS）的应用，着重让同学了解电子商务数据库的开始过程，包括数据库的建立，数据库的操作，数据库的相关语言（SQL语言）。

**7、消费心理学：**本课程内容主要研究消费者心理活动的基本过程、心理特征以及对消费者购买行为的现实指导意义。消费心理学基本原理；消费者心理的基本过程、心理及行为特征；消费群体的心理和行为；流行时尚，商品因素与消费心理、行为；购买环境与消费心理、行为；新产品设计、销售与消费心理；营销沟通与消费心理；消费者权益的保护等。

**8、物流学：**本课程内容主要介绍物流、物流管理、物流系统的基本理论和方法，同时掌握物流作业的基本流程和基本职能模块的运用能力。

**9、网页设计与网站建设：**电子商务网站设计原则，方法；电子商务网站的系统组成结构，配置；建立电子商务网站的相关技术及电子商务网站设计开发，涵盖了 HTML 设计、JavaScript 脚本编程语言、Dreamwaver、Fireworks 等相关知识，全面介绍 WEB 站点设计的基本操作技术和使用技巧；电子商务网站的安全设计；电子商务网站的运营，维护管理；电子商务网站的设计案例及实习等。