

附件4

序号	专业方向	课程名称	简介
1	金融综合管理方向	从ChatGPT到AIGC	本课程的起点是ChatGPT，这是一种革命性的语言生成模型，代表了人工智能领域的一次重大突破。课程将深入探讨这一技术背后的原理，了解其如何在商业、社会和艺术等各领域产生巨大影响。同时，将广泛涉猎AI创造内容（AIGC）的领域，包括DALL-E2、Stable Diffusion等先进技术。通过实际案例分析、实验室实践和课堂讨论，带领学生了解这些技术如何引领创新潮流，塑造未来的内容创作和传播形式。
2	金融综合管理方向	财富管理在中国	本课程旨在通过对中国财富管理行业的全景分析和解读,帮助学生了解财富管理行业的各个环节,了解金融产品的运作底层逻辑和具体的呈现方式,现有的商业运作模式和优秀实践案例,以及这个行业关键领域的未来发展趋势,从而帮助学生全面了解中国财富管理行业,并在这个行业中寻找适合自己的机会。
3	金融综合管理方向	行为金融学	不同于传统投资学“经济人”假设：行为金融学是从现实和客观的角度出发,把人作为正常人看待,研究投资者的心理、行为和情绪对投资的影响。 1.了解行为金融学发展的历史,理解古典主义经济学和行为金融学关于人在决策行为中的重大差异。 2.掌握前景理论的相关知识点及对市场有效性的挑战 3.掌握人类的基本思维模式及其偏差 4.理解情绪论的历史发展、研究现状及情绪对决策的影响。 5.理解人在市场行为中的各种非理性行为。 6.理解管理层在公司金融决策中的非理性行为。 7.掌握市场异象背后的行为解释。 8.了解行为投资及相关模型和神经金融学。
4	金融综合管理方向	公募基金与机构投资	《公募基金与机构投资》课程的主要任务教学目标是：一方面使学生具备成为一名优秀基金经理所需的基本素养和职业技能，另一方面以基金产品为投资标的，教会学生如何从机构和个人的角度进行选择：。为同学们今后在基金行业或资产管理领域的继续学习和工作，打下坚实的基础。为此，课程的主要教学任务是（1）了解公募基金行业发展趋势及基金公司的运作流程（2）认识掌握不同基金类型的投资策略与交易方法。（3）学会资产组合投资管理策略的使用。（4）从机构和个人的角度把握投资基金的方法技巧。通过教学，一方面培养学生作为一名优秀基金经理的必备素养和职业技能，另一方面教会学生如何从机构和个人的角度来选择好基金。为同学们今后在基金行业或资产管理领域的继续学习和工作，打下坚实的基础。
5	金融综合管理方向	保险法律与实践	《保险法律与实践》是风险管理与保险学科的一门重要课程。本课程系统介绍中国的保险法律与监管，重点讨论保险合同法、保险机构与公司治理监管、保险市场监管、保险偿付能力监管、保险资金运用监管，并分析国内外保险监管动态。在课程中将引入一系列真实发生的案例来学习如何应用法律原则，鼓励学生进行批判性思考和讨论，培养解决复杂问题的能力。开设本课程的目的是为了引导同学们系统掌握保险法律与监管的基本原理，熟悉中国现行保险监管制度和政策，掌握与保险相关的法律知识和实务，以及分析当代保险法律面临的挑战，培养对保险监管现象进行分析思考的能力。
6	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实战性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的关键环节:战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外部环境抽象为一系列的规则，由学生组成若干个相互竞了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验。
7	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两大部分，第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对手管理者还是员工来说，处理组织中和组织间常见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队/组织内的冲突？领导者如何管理团队组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突、达成目标对于个人和组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。 本课程的主要授课方式为案例讨论和模拟练习。教师对相关理论和研究发现做简要介绍，整个授课过程中主要是扮演促进者的角色，让学员通过深度分析和实际体验的方式悟出冲突管理和谈判的相关原则，提高自身冲突管理和谈判的技能。
8	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业选修课程，通过营销理论讲解与实证数据分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
9	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳\降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前端体验目前绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点关注中国碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗变碳耗以及循环经济，企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在应对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学员的绿色发展理念，提高学员的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策指标完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

序号	专业方向	课程名称	简介
1	数智时代的战略型财务管理	财务报告与价值分析	MBA学员来自企业界或一些非营利性组织，负责或主持某项业务，有些还担任领导，需要从经济环境、企业战略、商业模式、业务运营和财务管理等方面出发，进行决策中的价值判断。财务报告是用来评估一个组织过去业绩和未来前景的综合性信息资源。本课程为学生提供一套有效分析一个组织财务报告的工具，课程的目的是培养学生的如下能力：（1）分析一个组织的战略和风险对财务呈报的影响；（2）在该组织所处的经济环境下，分析其融资、投资、运营等各项活动的合理性和有效性，评估其财务呈报和会计信息披露的选择；（3）利用财务指标分析方法，评估和预测绩效；（4）结合财务报告信息，分析企业的商业模式，评价企业的价值创造能力。本课程对那些使用财务报告制定决策的人来说，会感到引人入胜，包括投资者、银行家、证券分析师、投行顾问、财务咨询师、会计师、律师、公司董事会和管理当局、政府监管机构等。 本课程强调理论服务于实务，强调学生的分析能力、评价能力方面的训练，要求学生能够从国际视野、从中国转型经济环境、以及从商业模式创新着眼，理解企业的价值创造动因、方式与路径，重塑企业价值创新思维。本课程结合近年来持续跟踪的最新实践、经验和典型案例，以及相应的理论分析。
2	数智时代的战略型财务管理	内部控制与风险管理	全面风险管理指企业围绕总体经营目标，通过在企业管理的各个环节和经营过程中执行风险管理的基本流程，培育良好的风险管理文化，建立健全全面风险管理体系，包括风险管理策略、风险理财措施、风险管理的组织职能体系、风险管理信息系统和内部控制系统，从而为实现风险管理的总体目标提供合理保证的过程和方法。
3	数智时代的战略型财务管理	去伪存真财务舞弊分析	财务舞弊可以改变投资者对于公司经营业绩的判断，从而对公司盈利能力的估计差生偏差，导致错误的股票和债券定价。舞弊终将大白天下，届时会导致股票和债券价格急剧下跌甚至崩盘，给投资者带来巨大的损失，并损害资本市场资源配置的效率。本课程通过对财务会计目标、原则和报表间勾稽关系的梳理，并联系公司实务，结合经典案例的分析，使财务报表使用者能够更好地识别财务舞弊的方法，从而更好地评估公司盈利能力，避免资本市场资源的错配。 本课程内容分为四个部分。第一部分，财务会计的目标和报表的结构特征；第二部分，财务舞弊的动机；第三部分，财务舞弊的具体方法和原理归纳；第四部分，财务舞弊的案例分析。
4	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实战性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的关键环节：战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外部环境抽象为一系列的规则，由学生组成若干个相互竟了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验。
5	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两大部分，第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对手管理者还是员工来说，处理组织中和组织间意见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队/组织内的冲突？领导者如何管理组织间组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突、达成目标对于个人和组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。
6	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业必修课程，通过营销理论讲解与实证数据分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
7	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳\降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前端体验目前绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点关注中国碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗变碳耗以及循环经济，企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在应对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学员的绿色发展理念，提高学员的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策指标完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

此文件版权归上海财经大学商学院及任课教师所有，未经授权，不得转载
授课老师有权根据选课学生背景针对课程内容调整

序号	专业方向	课程名称	简介
1	数智化的营销管理	顾客行为分析	顾客行为分析是关于顾客感知、购买和消费者产品过程中的心理和行为规律的学科。主要包括顾客行为的影响因素，以及顾客决策的过程这两大核心问题。顾客行为的影响因素包括顾客购买动机、顾客对营销信息感知、顾客对品牌态度等主题；顾客决策过程包括决策流程和购后行为两方面的主题。本课程通过系统学习和掌握现代顾客行为的理论和方法，使学生能够直接应用于顾客行为分析、调查和应用的实践，培养学生分析和掌握顾客的心理和行为规律的能力，提高学生根据顾客特征进行营销决策的能力。
2	数智化的营销管理	品牌管理	品牌管理是营销管理的重要组成部分。本课程主要讲授品牌、品牌资产、品牌定位等基本理论以及品牌外化管理、品牌内化管理、品牌关联管理、品牌组合管理和品牌延伸管理等品牌管理的基本策略。同时，对不同行业品牌管理的特点也进行了分析。本课程采用的是理论分析与案例分析相结合的授课方法。
3	数智化的营销管理	文化产业与创意营销	主要讨论文化产业的异质性及营销在其中的运用原理和方法。本课程内容主要围绕两个方面展开：一是分析全球文化产业贸易的发展现状、IP的重要性、外围政策和制度环境配套、文化产业链延伸等，并重点以伦敦创意产业、美国版权业、台湾文创业为案例进行讲解，剖析创意营销在文化产品从创作到市场化通路中的作用机理和路径。二是综合运用服务营销、体验营销、节事营销的理论和方法讨论创意营销的模式、策略和评估，主要以媒体业、影视创作、动漫、休闲娱乐、表演艺术等领域的国内外经典案例分析为基础，进行创意营销实战讲解。通过运用案例分析进行讲解，使学生理解文化产业与创意营销领域的关键问题，并学会运用这些方法和工具来解决问题。
4	数智化的营销管理	市场调研	《市场调研》课程按照市场调研的流程，系统地讲解市场调研的完整过程和应用细节。课程内容涵盖了主题设定、样本设计、抽样技术及其运用、问卷设计、资料收集的基本方法和技术、资料处理的一般方法、市场调研与预测报告撰写。
5	数智化的营销管理	营销战略问题	本课程旨在帮助学生深入、系统地认识营销战略在组织中的作用及其对企业竞争优势的影响，掌握营销战略的核心问题和分析框架。通过这些知识的学习和整合应用，学生能够更好地识别、理解和预测目标顾客及其需求特点和购买行为，从而提升有效制定营销战略决策的能力。此外，本课程还将着力培养学生从多角度分析问题的能力，使学生在面对复杂的营销管理问题时能够提出创造性的解决方案。本课程将通过研讨以下内容来达到上述目的：营销战略基本概念与理论、目标市场分析、市场机会判断、定位模式转变、顾客行为管理等。在讨论这些主要营销战略问题的同时，本课程还将涉及营销战略的行动方案，包括基于价值的定价、营销渠道设计与变革、新媒体时代的整合沟通等。并将结合中国社会和文化的现实，启发学生分析、理解当代中国市场和消费行为的特殊性，以及一些中国特色的营销现象。本课程还将就近年来营销领域出现的各种伦理道德问题（如弱势目标市场、顾客利益保护、顾客伦理行为激励等）与学生共同探讨如何通过营销方案的设计来影响和改善顾客行为管理。此外，本课程还将涉及数字化、全球化背景下的各种营销战略问题和跨文化营销管理。
6	数智化的营销管理	数字营销	本课程主要讲述企业如何对于自身所提供的产品和服务进行定价。本课程围绕“设定初始价格”、“管理价格变动”、以及“建立价格结构”三大核心问题，通过向学生系统讲述产品定价策略的原理及其运用，使学生系统地掌握产品定价的基本原理和方法。同时通过案例分析，使学生能够初步理解和掌握如何利用真实商业数据来实现课程所讲述的各种定价策略。
7	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实战性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的关键环节：战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外部环境抽象为一系列的规则，由学生组成若干个相互竞争了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验。
8	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两大部分。第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对管理者还是员工来说，处理组织和组织间常见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队/组织内的冲突？领导者如何管理团队组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突，达成目标对于个人和组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。 本课程的主要授课方式为案例讨论和模拟练习。教师对相关理论和研究发现做简要介绍，整个授课过程中主要是扮演促进者的角色，让学员通过深度分析和实际体验的方式悟出冲突管理和谈判的相关原则，提高自身冲突管理和谈判的技能。
9	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业选修课程，通过营销理论讲解与实证数据分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
10	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳/降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前端体验目前绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点关注中国碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗双控以及循环经济、企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在应对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学生的绿色发展理念、提高学员的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策指标完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

序号	专业方向	课程名称	简介
1	VUCA环境中的战略管理	博弈论与商业决策	本课程将系统地介绍博弈论的基本概念和基本原理，课程主题包括完全信息静态博弈和序贯博弈，以及不对称信息下的博弈。需要特别强调的是，本课程将尽量避免使用数学化和抽象化的理论介绍，主要使用描述性的例子和案例分析取代理论证明。本课程将按照博弈论基本原理来组织课程专题内容，使用形象的案例而不是抽象的理论方法来阐述博弈论的基本原理和知识框架，培养学生培养学生的策略思维，提高商业实践中的决策技巧。
2	VUCA环境中的战略管理	人力资源管理：创造团队竞争优势	成为管理者/经理人（含创业者）或优秀管理者，是MBA学生的核心目标与职业使命。本课程致力于“取势、明道、优术”的宗旨，从切实提升团队管理成效的视角，比较系统地讲授团队管理中普遍涉及的人力资源管理核心原理与关键技能，包括职责分工、团队组建与人员甄选、经营任务目标分解与绩效管理、薪酬与福利的设计与实施对策等，团队成员的有效激励与日常管理等等，从而切实提升自身的团队管理能力，创造团队竞争优势。
3	VUCA环境中的战略管理	领导力建设	本课程会突破传统的教学模式阐述领导力培养，课程主要特色： 1、实操远大于理论，干货满满。根据学生特点，运用大量职场中的真实案例和场景再现，有效提升领导力。 2、课程主要以互动、启发的工作坊形式，让你突破自我认知局限，发现新的自我，做更好的自己。 3、邀请年轻的企业高管负责人，跟大家分享自己的领导力历程。高光和反思并存，成功的道路不可复制，但可以借鉴。
4	VUCA环境中的战略管理	企业战略管理与咨询	从企业内部战略管理和外部战略咨询两个角度来讲解企业战略； 1、帮助学生了解战略相关理论，了解中国企业战略管理和战略咨询； 2、帮助学生建立战略的思维框架，学会战略性地思考问题； 3、分析中国企业的战略实践案例，总结经验和教训； 4、帮助学生掌握战略规划编制的具体方法； 5、关注并与学生一起讨论中国企业前沿和领先的战略活动。
5	VUCA环境中的战略管理	绩效管理	本课程将比较系统地讲授企业绩效管理实施的核心原理与关键技能，包括绩效指标的结构、绩效管理的循环流程、经营任务/目标分解与员工绩效考核指标设定、绩效考核结果评定与员工激励/奖惩有效实施等等，从而切实支持同学们提升团队管理能力，促进经营目标达成与员工有效激励。
6	VUCA环境中的战略管理	供应链管理	本课程是一门以管理学、物流学和生产运营管理等为理论基础，以管理统计学方法、管理科学方法、计算机信息处理等为手段的运作课程。MBA学员学习重点应在于：供应链的网络规划、供应链的运作模式、供应链的运作流程及其运作管理策略。 在经济全球化环境下，供应链物流运作者需要合理而有效地组织供应链中的物流、资金流和信息流活动，通过有效地利用信息技术把供应商、制造商和分销商组成一个虚拟的整体以实现信息共享，从而进行横向合作的管理才能具有更好的竞争能力。因此，通过本课程的学习，使学员了解供应链管理的基本框架、供应链管理的基本理论和供应链管理的竞争策略，掌握供应链管理的基本知识、基本方法与手段，培养学员具有运用这些基本原理与方法从事企业物流的供应链规划与运作的实践能力。尤其是，学员能够树立从供应商到顾客的整体企业运作理念，掌握平衡顾客服务水平 and 供应链整体运营成本的技术。这些技术包括供应链规划技术、采购技术、运作技术、分销技术以及库存控制技术等的操作后技能。学员在学习过程中需要融会贯通，学以致用，从而能够把知识用于企业的实践。 授课过程中，关注对学生基本理论培养的同时，重视吸收前沿重大问题的最新研究成果，既要重视基础，又要拓展视野；注重把握全球化和信息化背景下的先进理念，结合新制度经济学，探索供应链管理相关模式的经济视角分析；重视基本理论、基本方法的实际应用，每章要讲解国内外典型的应用案例及其案例分析，集供应链管理理论、管理方法、管理实践为一体。
7	VUCA环境中的战略管理	产业经济学	产业经济学课程的主要内容覆盖产业发展的理论、分析方法、影响因素以及战略等。本课程重点讲授产业经济分析的基本理论、如何对产业结构以及具体的产业进行分析、如何识别未来产业发展的趋势、以及如何优化中国的产业政策。课程主要采取讲授+实地调研+双师课堂+案例分析+小组研讨的方式进行。
8	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实践性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的全过程，包括战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外部环境作为一系列的规则，由学生组成若干相互竟了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时让企业运营过程有一个实际的体验。
9	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两部分，第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对管理者还是员工来说，处理组织和组织间常见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队组织内的冲突？领导者如何管理团队组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突、达成目标对于个人和组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。 本课程的主要授课方式为案例讨论和模拟练习。教师对相关理论和研究发现做简要介绍，整个授课过程中主要是扮演促进者的角色，让学员通过深度分析和实际体验的方式悟出冲突管理和谈判的相关原则，提高自身冲突管理和谈判的技能。
10	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业选修课程，通过营销理论讲解与实证数据分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
11	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳\降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前端体验目前绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点关注中国碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗变碳耗以及循环经济，企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在应对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学生的绿色发展思维，提高学生的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策路径完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

序号	专业方向	课程名称	简介
1	数智时代的创业投资	创业投融资	本课程为拥有各种不同背景的学生设置，通过对创业与风险投资基本理论以及在各国实践的介绍，并通过客座嘉宾的观点互动和学生课程报告的写作与分享。使学生全面了解全球创业活动和风险投资活动的发展现状与区域分布状况，掌握风险投资的基本理论，运行机制等基本，为培养学生成为未来的创业者、投资者开阔视野，奠定坚实的基础。 通过创业教育教学，使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展
2	数智时代的创业投资	战略新兴产业下的创业与投资	本课程以创业企业（主要涉及高技术创业和颠覆性的商业模式创业，或者说是创新创业，而非生存型创业）为关注对象，探索创业企业在告诉成长中所遇到的治理问题及解决方案。 本课程为拥有各种不同背景的学生设置，以高成长性创业企业（初创期、成长期和上市前的企业）为关注对象。重点针对我校学科设置和学生兴趣特征，从融资选择视角切入，基于创业者导向，从公司成长的战略视角探讨创业企业的相关治理问题。通过对公司治理基本理论的介绍，创业企业治理特征的分析，进而通过课堂讨论、学生课程报告的写作与分享，使学生全面了解并思考创业企业的融资选择与融资结构、股权设置、董事会形成、控制权分配以及外部环境对创业企业治理的影响等。为培养学生成为未来的创业者、投资者开阔视野，奠定坚实的基础。
3	数智时代的创业投资	新技术与创新管理	这门课程将从管理内和角去看待技术，去理解和技术、市场和组织变革之间的紧密关联。通过这门课程的学习，学员将掌握技术与创新管理相关理论、核心工具和技能，提升解决组织和个人创新管理实际问题的能力，例如：内部创新管理流程的设计、管理本部创新网络，新兴产业技术和机会识别，颠覆式创新管理等。另外，这门课程涉及技术创新管理相关的理论、工具和实践，需要一个互动的学习环境。所以在这门课程中，我们以案例讨论为主、结合讲座嘉宾和企业参访等形式来促进对于新兴技术与创新管理的理解。
4	数智时代的创业投资	商业创新破局思维	该课程主要针对目前中国社会的消费需求的特征进行分析，帮助学生掌握消费社会营销和品牌的新思路和新方法，最后通过这些商业案例的本质剖析，掌握思维的归纳演绎方法，从而获得认知观察本质能力的提升，最终实现商业创新的行为落地。
5	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实战性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的关键环节：战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外环境抽象为一系列的规则，由学生组成若干个相互竞争了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验。
6	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两大部分，第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对管理者还是员工来说，处理组织中和组织间常见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队/组织内的冲突？领导者如何管理团队组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突、达成目标对于广大组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。 本课程的主要授课方式为案例讨论和模拟练习。教师具对相关理论和研究发现做简要介绍，整个授课过程中主要是扮演推动者的角色，让学员通过深度分析和实际体验的方式悟出冲突管理和谈判的相关原则，提高自身冲突管理和谈判的技能。
7	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业选修课程，通过营销理论讲解与实践案例分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
8	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳\降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前端体验目前绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点关注中国碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗变碳耗以及循环经济，企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学员的绿色发展理念，提高学员的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策指标完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

此文件版权归上海财经大学商学院及任课教师所有，未经授权，不得转载
授课老师有权根据选课学生背景针对课程内容调整

序号	专业方向	课程名称	简介
1	商务大数据分析	社交大数据分析	主要介绍社交大数据在财经场景的典型应用，数据建模方法和一些案例分析。主要包括：基于手机大数据的个人收入预测，地区发展情况预测，个人兴趣偏好画像；行为建模与分析；基于社交关系的公司治理等等方面的内容。
2	商务大数据分析	营销数据分析	作为 MBA 商务分析方向的选修课程，本课程将讲授在商务分析框架下的决策分析方法。本课程注重商务分析的基本理论、定量分析方法和工具，强调理论方法在实际问题中的应用，通过案例分析来培养学生发现问题、利用合适工具解决问题的能力。通过本课程的学习，我们期待学生能够学会从定量与数据的角度来观察和分析商业现象，了解全球化进程中先进的思想，提升用科学方法和工具解决实际问题的能力。
3	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实战性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的关键环节：战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外环境抽象为一系列的规则，由学生组成若干个相互竞了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验。
4	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两大部分，第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对管理者还是员工来说，处理组织中和组织间常见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队/组织内的冲突？领导者如何管理团队组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突、达成目标对于个人和组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。 本课程的主要授课方式为案例讨论和模拟练习。教师将对相关理论和研究发现做简要介绍，整个授课过程中主要是扮演活动者的角色，让学员通过深度分析和实际体验的方式悟出冲突管理和谈判的相关原则，提高自身冲突管理和谈判的技能。
5	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业选修课程，通过营销理论讲解与实证数据分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
6	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳\降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前端体验目前绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点关注中国碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗变碳耗以及循环经济，企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在应对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学员的绿色发展理念，提高学员的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策指标完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

此文件版权归上海财经大学商学院及任课教师所有，未经授权，不得转载
授课老师有权根据选课学生背景针对课程内容调整

序号	专业方向	课程名称	简介
2	高级金融市场与交易管理	思辨、生活和阿尔法·证券组合管理实务	本课程是将投资学经典理论和资本市场实际情况相结合，帮助学生从全球视野建立科学投资观的课程。 本课程主要围绕三个主题：理想市场和实际市场的差异、确定性因子的选择、证券组合实务。结合全球资本市场的最新变化，使学生在掌握与投资相关的基本理论的同时，了解全球资本市场和资产管理行业的最新发展动向。通过结合境内和境外资本市场不同的环境特点、经济运行规律、投资者个人特质，帮助学生们思考和建立行之有效并且符合自身能力的投资策略。
5	高级金融市场与交易管理	金融博弈	通过学习《金融博弈论》这门课程的学习，使学生能够掌握博弈论中各种均衡概念，以及其在经济及金融各领域的应用，加深对人与社会的认识，理解法律体系、道德、文化、创造力、企业家精神等对社会组织和经济的影响，掌握博弈论与诚信社会、和谐社会、百年老店之间的关系。 在教学方法上，本课程尽量避免抽象的数理推导，而是注重与实际经济问题的联系，通过简明生动的案例，以及一些实证文献中研究结果，开阔同学们的思维，帮助他们理解掌握博弈论分析中的方法思路，认识到博弈论的局限性和适用范围，以及在实际应用中可能遇到的问题。
1	高级金融市场与交易管理	商业银行经营管理	本课程为金融学专业学生的专业课,学生已经掌握宏观经济学和微观经济学基础理论及货币银行学、会计学等基础知识。 本课程教学目的在于向学生系统阐述有关商业银行基本知识和一般原理,使学生对商业银行业务和经营管理要点及其经营策略有比较系统地了解。同时,通过介绍商业银行经营管理最新理论发展和动态,加深学生对我国银行改革的理解和认识,提高综合分析问题和解决问题的能力。 要求学生做到课前预习,老师在课堂上将就银行业务经营和银行管理的原理进行阐述和解释,学生事先结合有关我国银行改革方面的信息阅读有关章节,并积极参与案例讨论,将有助于理解和掌握课程内容。
10	数智时代的金融科技	金融科技导论（金融科技前沿与案例分析）	近代的经济进步与金融创新紧密相连，而金融创新又与科技进步息息相关。以计算机和互联网技术为代表的信息革命，创造出由科技驱动的创新——金融科技（FinTech）。我们正在从金融科技1.0阶段快速迈入以云计算、大数据、区块链和人工智能等驱动的科技金融2.0阶段，不断有更多资金、人才、产业被卷入金融科技大潮。本课程从实战经验出发，讲述金融科技的内涵与外延，并剖析大数据、区块链和人工智能技术在金融业的运用案例。
12	高级金融市场与交易管理	证券投资学	证券投资为社会提供了筹集资金的重要渠道，提高资金使用效率，引导资源合理流动，实现资源的优化配置，证券投资为中央银行进行金融宏观调控提供了重要手段，对国民经济的持续、高效发展具有重要意义。 随着中国资本市场的进一步发展，证券市场在整个金融市场的地位日益重要。而作为专门研究证券市场的证券投资学课程，承担起了证券知识普及以及证券投资专业人才培养的重任，已成为高校财经类核心课程。 证券投资学课程讲述了对证券、股票、债券、证券投资基金、金融衍生工具、证券市场做整体的概述；介绍股票的发行条件、上报与核准、承销、发行方式和发行价格；介绍股票交易市场的规则、证券交易所的运行框架、证券经纪与自营业务、上市公司资本变动和股票价格指数；介绍债券市场的概况、信用评级、债券交易、国债的发行与上市、公司债的发行与上市、可交换债券的发行与上市、可转换债券的发行与上市、资产支持证券的发行与上市；介绍证券投资基金的发展、设立、募集与运作、投资组合管理；介绍金融远期合约、金融期货和金融期权；介绍证券投资的基本分析等内容。
13	平台课	ERP沙盘模拟	本课程是一门实战性课程，课程中以某个企业为模拟对象，模拟企业运营的关键环节：战略规划、资金筹集、市场营销、产品研发、生产组织、物资采购、设备投资与改造、财务核算与管理等。作为一种体验式的教学方式，在沙盘模拟过程中，把企业运营所处的内外部环境抽象为一系列的规则，由学生组成若干个相互了解企业的模拟企业，通过模拟企业N年的经营过程，使学生在分析市场、制订战略、营销策划、组织生产、财务管理等一系列活动中，了解企业的管理规律，提升企业管理的能力，同时也对企业资源的管理过程有一个实际的体验。
14	平台课	冲突管理与谈判	本课程分为两大部分，第一部分主要探讨冲突及其管理，第二部分集中讨论管理谈判过程。 (1) 不论是对管理者还是员工来说，处理组织中和组织间常见冲突的能力已经成为一项关键的技能。本部分课程将着重探讨以下问题：冲突有哪些表现？引发冲突的根源有哪些？人们通常如何应对冲突？个人如何管理人际冲突？领导者如何管理团队/组织内的冲突？领导者如何管理团队组织间的冲突？ (2) 谈判可以看成是一种重要的冲突处理手段。如何通过开展高水平的谈判来解决冲突、达成目标对个人和组织来说都至关重要。本部分课程将引导学员分析谈判的过程并练习谈判的相关策略和技巧。 本课程的主要授课方式为案例讨论和模拟练习。教师具对相关理论和研究发现做简要介绍，整个授课过程中主要是扮演活动者的角色，让学员通过深度分析和实际体验的方式悟出冲突管理和谈判的相关原则，提高自身冲突管理和谈判的技能。
15	平台课	营销理论与实践综合案例	本课程为专业选修课程，通过营销理论讲解与实证数据分析练习讲解用户画像在市场营销中的基本概念以及相关应用。本课程共分为四个主题，分别讲解如何界定给定产品的用户画像、产品间用户画像的重叠和差异、产品消费切换下广告投放效果的影响以及不同用户群体广告转化效果的评估。在完成本课程的学习后，学生能够熟练掌握产品市场中用户画像的理论概念以及相关的数据分析思路，并能制定相应的广告投放策略以及评估广告转化效果。
16	任意选修课	双碳市场的发展与机遇	本课程以全球可持续发展目标中应对气候变化挑战及资源转型等重要议题为背景，以中国“双碳”目标的政策内容及实施路径为课程基础，以极具现实意义的企业“低碳\降碳项目”为切口，通过知识分享、案例分析、数据对比、互动讨论等方式，深入浅出地探讨中国双碳目标政策内容及实施路径。 本课程以从前未体验过的前沿绿色技术的前沿发展，参与实际企业的低碳项目为特色，注重实践与理论结合，给予学生体验项目进展过程的学习机会，培养学生解决真实问题的能力。通过参与真实的低碳项目进程与实地考察，学生将充分理解项目过程、成效以及经验教训等方面的内容，为未来参与相关领域的工作提供有益借鉴。此外，课程还将邀请业界专家进行分享，为学生提供更广泛的行业视角和实践经验。 课程重点探讨中国双碳市场建设的挑战与机遇，以涵盖中国应对气候变化的战略规划、可再生能源发展、能耗变碳耗以及循环经济，企业碳资产的管理与核算方法等方面的内容，帮助学生全面了解中国在应对气候变化和推动可持续发展方面的努力和成就，培养学员的绿色发展理念，提高学员的全球视野和战略思维，明晰个人在碳市场中的角色与责任担当。 同时，课程将对未来“双碳”目标下的全球及中国碳市场合作与发展前景进行深入探讨。具体课题涉及：我国双碳目标下的政策指标完成情况、分析传统电力下隐藏的商机、新型能源转型的发展路径与业务逻辑、碳市场的配额分配机制、碳交易与抵消机制、CCER与碳普惠的开发流程、《欧盟碳边境调节机制详细解读》等。

此文件版权归上海财经大学商学院及任课教师所有，未经授权，不得转载
授课老师有权根据选课学生背景针对课程内容调整