

【商务导论】

Introduction to Business

课 型 专业必修课
学 时 68
学 分 4

课程简介 《商务导论》课程是商务学的基础课程，主要面对商务英语专业和商务相关专业的学生。课程为学生提供综合全面的商务背景知识，涵盖商务趋势、企业所有权、企业管理、人力资源管理、营销和管理财务资源等部分的内容，帮助学生了解基本的商务理论和活动。

教学目的 本课程旨在使学生掌握商务基础理论和实践，习得商务语言和提高商务能力，培养具有扎实的英语基本功，具备较高的人文素养，善于跨文化交流与沟通，能够适应在各类国家政府机关、国际组织、跨国公司和其他企事业单位从事国际商务活动的复合型英语人才。

教学重点、难点

重点：通过商务案例理解商务趋势、企业所有权形式及其优劣、企业管理理论和实践的变迁及其主要理论、人力资源管理的问题及其解决原则、新时代营销的特点和要求等等。

难点：理解商务的主要理论、流派及其最新趋势，全球化背景下商务活动的特征，并运用掌握的商务理论和知识与社会实践活动，并进行案例分析。

教学内容

第一讲 2学时

1. 教学内容 课程介绍
 - 1) 什么是商务
 - 2) 从事商务应注意的事项
2. 重、难点
 - 1) 商务的定义
 - 2) 商务活动遵循原则

第二讲 6 学时

1. 教学内容 动态商业环境中的风险与利润

- 1) 利润与风险
- 2) 企业家精神和其他生产要素
- 3) 经济环境和税收对企业的影响
- 4) 描述技术对企业的影响
- 5) 分析影响企业的社会变化
- 6) 企业如何应对全球化的挑战

2. 重、难点

- 1) 利润与风险之间的关系
- 2) 企业家精神和其他生产要素对经济的作业
- 3) 影响企业的因素

第三讲 6 学时

1. 教学内容 如何创建企业

- 1) 比较独资企业的优缺点。
- 2) 比较普通合伙人和有限合伙人
- 3) 比较合伙企业的优缺点
- 4) 比较公司制企业的优缺点，总结传统公司、S公司和有限责任公司的不同之处
- 5) 公司兼并
- 6) 概述特许经营的优缺点，讨论特许经营中多元化的机会以及全球特许经营的挑战

2. 重、难点

- 1) 普通合伙人和有限合伙人的区别
- 2) 解释杠杆收购的作用以及公司私有化

第四讲 6 学时

1. 教学内容 企业家精神和创建小企业

- 1) 企业家精神、特质及其意义
- 2) 探讨小型企业对经济的重要性
- 3) 创立并经营小企业
- 4) 小型企业进入全球市场的优势和劣势。

2. 重、难点

- 1) 如何平衡利益和商业道德
- 2) 小型企业的运行方式

第五讲 6 学时

1. 教学内容 管理和领导

- 1) 管理职能的变化

- 2) 管理的四种职能
 - 3) 规划流程和决策
 - 4) 管理的组织功能。
 - 5) 领导者和管理者
 - 6) 领导风格
 - 7) 管理控制职能的五个步骤
2. 重、难点
- 1) 规划流程和决策与企业目标的结合
 - 2) 领导者和管理者之间的差异

第六讲 8 学时

1. 教学内容 组织构建
- 1) 概述组织管理的基本原则
 - 2) 比较法约尔和韦伯的组织理论
 - 3) 评估管理者在建构组织过程中所做的选择
 - 4) 各种组织模式
 - 5) 企业间合作与协调
 - 6) 组织文化如何帮助企业适应环境变化
 - 7) 学生小组显示
2. 重、难点
- 1) 管理理论的发展
 - 2) 组织模式的特征

第七讲 8 学时

1. 教学内容 生产与运营管理
- 1) 从生产管理到运营管理的演变
 - 2) 生产流程,提高生产率的技术,包括计算机辅助设计与制造、柔性制造、精益制造、大规模定制、机器人技术和 3D 打印
 - 3) 运营管理规划问题,包括设施选址与布局、物料需求计划、采购、准时制库存控制,以及质量控制
 - 4) 说明用计划评审技术与甘特图控制
 - 5) 学生小组展示
2. 重、难点
- 1) 生产管理和运营管理
 - 2) 评审技术与甘特图控制

第八讲 8 学时

1. 教学内容 员工激励
- 1) 泰勒的科学管理理论
 - 2) 霍桑研究及其对管理的意义

- 3) 马斯洛的需求层次理论，并将其运用于员工激励
 - 4) 区分赫茨伯格提出的激励因素和保健因素
 - 5) X理论、Y理论和Z理论
 - 6) 目标设定理论、期望理论和公平理论的关键原则
 - 7) 管理者如何激励员工
 - 8) 管理者如何吸引全球和不同世代的员工
 - 9) 小组案例展示
2. 重、难点
- 1) 管理理论之间的区别和联系
 - 2) 激励员工的原则及其运用

第九讲 8学时

1. 教学内容 人力资源管理
- 1) 阐释人力资源管理的重要性，并描述目前人力资源管理中的问题
 - 2) 阐明法律对人力资源管理的影响
 - 3) 总结人力资源规划的五个步骤
 - 4) 描述公司招聘新员工的方法，并解释招聘工作面临的挑战。
 - 5) 概述甄选员工的六个步骤
 - 6) 阐明培训和发展员工的方法
 - 7) 评估员工绩效的六个步骤
 - 8) 简述员工薪酬计划的目标，评估薪资制度和额外福利
 - 9) 展示管理者如何使用工作时间计划来适应员工的需求
 - 10) 描述员工如何在公司中流动：晋升、调动、解雇和退休管理职能的变化
 - 11) 小组案例展示
2. 重、难点
- 1) 招聘和面试的特点和趋势
 - 2) 甄选、培训、评估员工的机制
 - 3) 员工的薪酬构成

第十讲 6学时

1. 教学内容 市场营销
- 1) 界定营销的概念，并将之用于营利和非营利组织
 - 2) 阐述营销的4P
 - 3) 概括市场调研的流程
 - 4) 展示营销人员如何通过环境检查来认识不断变化的营销环境
 - 5) 阐释营销人员如何应用市场细分、关系营销和消费者行为研究等工具

- 6) 比较企业市场和消费者市场
- 7) 小组案例展示

2. 重、难点

- 1) 营销的 4P
- 2) 市场细分、关系营销和消费者行为研究等工具

第十一讲 4 学时

1. 教学内容 有效促销活动

- 1) 认识促销组合中包含的传统与新式工具。
- 2) 对比各种广告媒介的优缺点，包括互联网和社交媒体。
- 3) 说明企业对企业和企业对消费者的销售步骤。
- 4) 描述公共关系部门的作用，并说明公共宣传如何适应这一角色。
- 5) 评估各种促销形式的有效性，包括样品试用。
- 6) 说明口碑促销，病毒式营销，社交网络、博客、播客、电子邮件营销和移动营销的运作原理

2. 重、难点

- 1) 策划促销的考虑的因素
- 2) 如何评估促销活动的有效性

教学方法 本课程的课堂教学以教师讲授为主，辅以案例分析讨论、学生课堂展示、课堂讨论等方法为辅，引导学生培养商务意识、理解商务知识和理论，并学以致用。

考核方式

平时成绩（出勤、课堂参与、小测、课外作业及期中测试等）60%；期末考试成绩 40%。

使用教材

Nickels, W. G. *Understanding Business* (12th Edition) . Beijing: Tsinghua University Press, 2021.

参考书目

1. Ebert, Ronald J. and Griffin, Ricky W. *Business Essentials* (11th Edition). New Jersey: Printice Hall 2017.
2. Jones, Gareth R. *Introduction to Business: How companies Create Value for People*. Beijing: Posts & Telecom Press, 2007.
3. Madura, Jeff. *Introduction to Business*. Beijing: Posts & Telecom

Press, 2008.

4. Pride, William. *Foundations of Business*. Illinois: South-Western College Pub (6th Edition), 2019.
5. 万融主编:《商品学概论》(第5版)。北京:中国人民大学出版社,2013年。