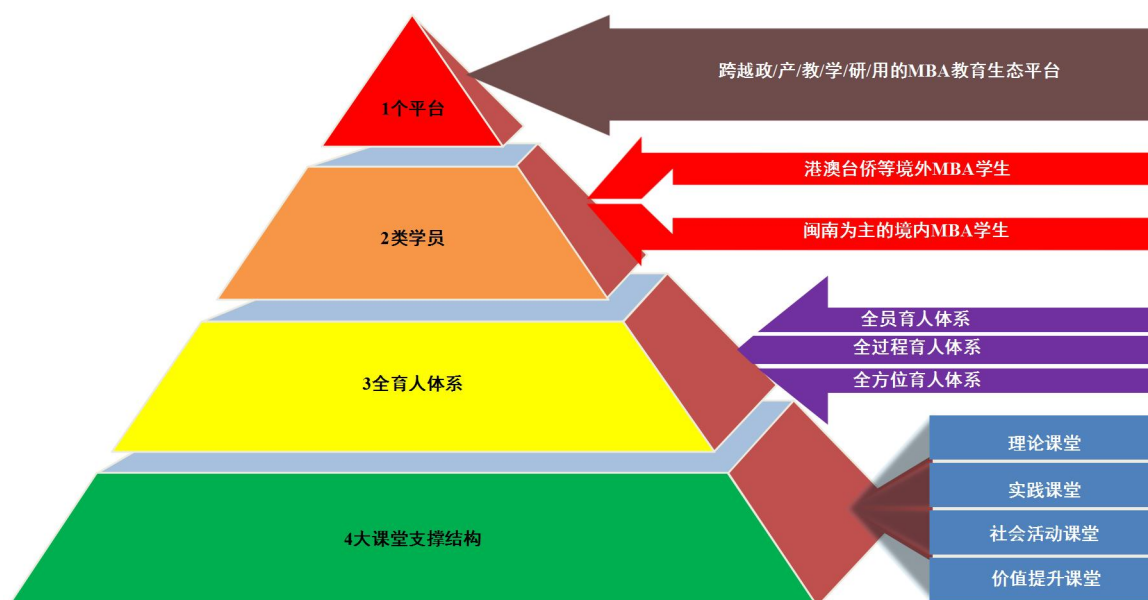


一、MBA 专业介绍

华侨大学工商管理硕士（MBA）专业于 2007 年由教育部批准正式开展教育工作，并于 2011 年顺利通过全国 MBA 教指委学位点合格评估。

华侨大学 MBA 专业致力于培养具有全球化视野、熟悉国际经济与管理的发展趋势，为区域经济建设和海外华商发展输送具有特色的综合性高层次管理人才。开办 15 年来一直秉承“知行合一，力聚行远”的办学理念，聚焦培养模式改革与创新，凝练出培养过程的多层次创新、跨平台协同，最终实现培养效果和教学成果的自然涌现的“MBA 培养模式创新、协同和涌现”机制，打造了“1 个跨越政/产/教/学/研/用的 MBA 教育生态平台；2 类境内外生源交互赋能的创新培养机制；3 全（全员、全过程、全方位）育人体系；4 大课堂支撑结构”的“1234”MBA 培养模式。



“1234”MBA 培养模式主要体现在：

（1）在培养体系上致力于打造跨越政/产/教/学/研/用边界，融合政府、企业、教学、科研和实践的 MBA 教育生态平台：依托学校的侨校特色，扎根闽南地区民营经济繁荣发展实践，借助工商管理学院雄厚的学科基础与优秀的师资力量，通过 MBA 项目链接多方资源，形成了一个跨边界、政/产/教/学/研/用多主体融合的教学生态平台；

（2）在培养对象上构筑境内外生源交互赋能的创新培养机制：项目在培养过程中秉持“一校两生、多元交融”的校园文化，通过四大课堂支撑结构交互赋能完善并创新境内外学生融合的培养机制；

（3）在培养效果上聚焦多元化、特色化和国际化，共创全员、全过程和全

方位的“三全”育人体系：在培养过程中通过一系列多元化和有特色的课程、实践、社会交流与公益活动等以及后 MBA 时期的校友会、创业沙龙等提供全员和全过程培养体系，并从“德、智、体、美、劳”等方面全方位激发和培养学生的综合素质；

（4）在培养方法上通过理论、实践、社会活动 and 价值提升等四大课堂结构筑牢培养模式根基：项目通过“第一课堂学知识、第二课堂做实践、第三课堂拓展社会资源、第四课堂实现自我价值”的四大课程支撑结构，为教育生态平台、创新培养机制与三全育人体系的实现提供坚实保障。

二、MBA 专业成果

1. 教学平台应用成果多方涌现

（1）在与华商主题相关的研究方面，课题申报与立项数取得实质性突破，获得国家社科重点课题 2 项，国家社科面上和青年课题 6 项，财政部重大专项子课题 1 项，国侨办和侨联课题 3 项，福建省社科规划课题 3 项，地方政府委托课题 1 项。在国内 CSSCI 来源的学术刊物发表学术论文 6 篇，由《华侨华人蓝皮书》收录的研究报告共计 10 篇，其中多篇被中国新闻网、中国侨网等媒体广泛报道与转载。已出版华商主题相关学术专著 3 部，教学案例集 2 部。

（2）专业课程《人力资源管理——基于创新创业视角》的教学团队被评全国高校黄大年式教师团队，其成员获教育部霍英东青年教育奖 1 项，福建省教学名师 2 位。专业课程《市场营销学》获评“课程思政示范课程”，其教学团队被评为“课程思政教学名师和团队”。2022 年“跨边界、全生态：华侨大学 MBA 培养模式创新、协同与涌现”获得福建省教育教学成果奖特等奖，并成为 2022 年高等教育（研究生）国家级教学成果奖候选项目。

（3）由 MBA 中心教师主导采编的案例，目前已有 28 篇被中国管理案例共享中心、中国工商管理案例库（清华大学经济管理学院）收录，其中“全国百篇优秀管理案例”4 篇，清华大学经济学院“卓越开发”案例大赛三等奖 2 项，2019 福建省研究生工商管理案例大赛二等奖 1 项、三等奖 2 项，2020 年福建省研究生工商管理案例大赛一等奖 1 项，二等奖 2 项、三等奖 2 项。

（4）由 MBA 学生联合会发起的“爱在西行”公益实践已持续开展 7 年，期间，创设师生共建的爱在西行公益实践团，设立振兴乡村公益实践项目等。目前，“爱在西行”公益实践团服务范围覆盖贵州、甘肃、福建三个省份，联合近 100 家组织开展合作，带动包括电子科技大学在内的国内 10 余所高校、2000 余名学生投身公益活动，建立了贵州黎平、甘肃定西、福建永春和福建寿宁四个典型示范助学点。实际助力 5000 多名乡村儿童成长，发放图书一万余本、奖助学金 7

万余元，调动 3500 多位村民参与优秀乡村文化的传承与发扬，引进超过 100 万元资金对接当地基础设施建设。

（5）在强化对海内外 MBA 学生的专业知识与管理技能教育与培训的同时，加强对将所学理论与知识进行落地实践的跟踪与指导，据统计（截止到 2020 级），MBA 学生实际进行创业实践的占比高达 20.01%。其中创业规模超过 80 万元的占比为 9.71%；MBA 学生完成学业后薪资获得提升的比例高达 57.24%，其中 8.18% 的学生薪资涨幅超过 50%。

2. 生源质量和报考规模逐年上升

自 2008 年以来，华侨大学 MBA 专业招生人数逾 2000 人，已毕业人数 1605 人，其中境外学生人数为 123 人。与此同时，华侨大学 MBA 教育中心一直致力于加大海外 MBA 学生的招收和培养，目前，MBA 中心有分别来自日本、新加坡、香港和澳门等地的 MBA 学生，且该类学生的数量和规模，在可预见的未来会有进一步的扩张和提升。

同时，历年来华侨大学 MBA 专业的报考人数和实际上线人数均处于持续快速攀升，考取难度在逐年提高，华侨大学 MBA 培养和学生的社会影响力已经形成。2017 年教育部委托第三方机构进行的问卷调查显示，华侨大学 MBA 生源 74.2% 来自口口相传，品牌效应逐步凸显。

3. MBA 项目社会影响力显著增强

在多年的 MBA 培养与教育过程中，华侨大学的 MBA 教育资源和品牌效应正逐步显现。近期由 MBA 中心针对已毕业和在校 MBA 学生展开“华侨大学 MBA 学生满意度”调查，引起 MBA 学生们一致且热情的回应。

（1）根据调研后统计数据可知，MBA 学生反馈满意的占比高达 92.17%，总体表明学生对华侨大学 MBA 中心的教学及相关工作有较高满意度。华侨大学 MBA 项目的社会影响力在今年也取得了实质性提升，调查表明，93.19% 的 MBA 学生认为 MBA 的受教育经历明显增强了其对商业伦理和社会责任的理解与认知，并一定程度上形成对实际商业行为的指导。

（2）在形成华侨大学 MBA 培养与研究的社会影响力方面，结合华侨大学的特色，从多视角、多领域深入挖掘，并积极参与政府部门和其他相关部门、协会的立项和研究。

（3）在为地方国有企业培养骨干人才方面，华侨大学“厦门市国有企业青年企业家 MBA 班”、“泉州市国资委 MBA 班”在教学培养和 student 活动上进行了很多创新实践，并取得预期人才培养效果，获得包括厦门市国资委、泉州市国资委等机构与部门的认同与赞誉。

(4) 华侨大学 MBA 项目的社会影响力在近年也取得了实质性提升, 由 MBA 中心多年摸索和实践提炼出的“1234”MBA 培养模式, 该教学成功得到省内外兄弟院校和机构的应用和积极反馈。

三、MBA 专业教学方法

1. 全面发展——立德树人

(1) 课程思政: 从入学面试、课程设置、课外活动等方面进行思政考核、理论学习、实践考察, 构建全员、全过程、全课程的育人格局。

(2) 文化认同: 针对境外生专设《中国文化概论》课程, 树立正确的国家观、民族观、历史观、文化观。编写华商管理案例类的教材、著作向境外学生传播中国经验、中国智慧。

(3) 社会责任: 鼓励学生参加、组织各类公益慈善活动, 形成“捐资—支教—假期实习基地—帮扶脱贫”可持续、可延展的公益活动。

2. 知行融合——课堂创新

(1) 创新“第一课堂”: 鼓励教师在不同的“第一课堂”教学中选择差异化、高匹配的教学方法, 如《创新管理》课程中使用游戏式教学法、《营销管理》课程中使用实践教学法、《战略管理》、《人力资源管理》等课程中使用案例教学、“双师教学”法等。

(2) 丰富“第二课堂”: 通过“干中学”、行动学习的方式将学生带入到企业考察、与企业家对话; 将学生带到案例企业, 与经营者辩论, 实现“学习=结构化知识+质疑性见解”的创新。通过小组讨论、参与竞赛、实习实践、实训实操等方法改变传统说教式教学“上课即听课”的刻板印象, 将被动“学”转为积极“思”、从用“耳”转向用“心”、从表层的“知”转向深层的“理”。

(3) 拓展“第三课堂”: 融合校内外资源, 为在校生和校友搭建各类活动平台和交流机会, 拓展各类社会活动课堂。通过校友企业交流、本地企业百家行、读书会、辩论赛、兴趣协会、校际交流等形式开展“第三课堂”。

(4) 提升“第四课堂”: 创造游学机会、对接公益活动、组建兴趣协会、参加赛事活动等多元形式为学生、校友提供自我修炼、价值提升、认知升级的多维度“第四课堂”。

3. 跨界融合——协同育人

教学过程中注重整合多主体的差异化资源, 构建跨院校、跨专业、跨行业、跨国界的协同育人机制。

（1）产教融合：为了践行理论联系、指导实践，教学过程中 MBA 项目在厦门、泉州分别为国资委系统培养青年管理骨干，与企业共建实践基地、研究生工作站，并聘请企业家、行业精英担任实践导师和授课老师。深入了解产业需求，服务区域经济，同时丰富学生的实践经历。

（2）科教融合：鼓励学生参加各类学术竞赛、参与课题研究，在科教融合上进行了大胆地尝试，打破原有的从现有案例之中选择已开发的案例，到学生动手撰写案例，帮助学生深入企业调研、学习，形成“学习—分享—质疑—反思—归纳—反馈”的循环。

（3）跨校融合：办学以来分别聘请多所大学的名师大家来讲学分享，包括北京大学、清华大学、上海交通大学、厦门大学、中山大学、对外经济贸易大学、大连理工大学、日本长崎县立大学等国内外知名高校。

（4）跨国交流：为开拓国际视野，MBA 中心积极开拓海外项目。并先后组织学生到美国哈佛大学、耶鲁大学、布鲁克林法学院和马里兰大学、新加坡等大学参访学习；目前海外班级有日本班、新加坡班等，不定期组织国内外 MBA 学生互访学习，走进当地企业交流学习。

4. 情境带入——体验式教学

通过“行动学习”、“专题沙龙”等方式，将校友企业的实际问题、创业的中的难题、及政府相关规划做为教学资源，通过转换角色、沉浸式体验、以问题为导向的情境学习，引导学生分析、思考，形成“结构化知识+洞见性问题+深刻反思+执行应用”式的行动学习模式。

四、MBA 专业培养系统

1. 核心课程

（1）管理经济学：本课程主要以微观经济学的基本理论为基础，借助于决策科学、数理统计等学科的方法和工具，指导企业决策者制定决策，高效率地配置稀缺资源，从而实现企业利润最大化或者战略上的其他目标。

（2）组织行为学：课程采用系统分析的方法，结合心理学、社会学等多门相关社会科学的知识，研究组织中人的心理和行为规律，以提高学生预测、引导和管理人的行为的能力，更好地实现组织目标。

（3）数据、模型与决策：本课程的核心任务与目标是紧跟时代发展趋势，满足、切合时代特征和管理实践的数据、模型与决策知识需求，结合现代信息技术手段，培养学生灵活应用相关理论知识，创造性地解决经济社会与生态体系建设过程中所面临的管理实践问题的能力。

（4）会计学：本课程将会计核算与企业的管理活动有机地融合起来，不过分强调会计的技术性，在阐述会计基础知识的同时，联系并引入会计所处的资本市场信息披露环境、公司治理环境，使学生置身于真实的经济环境当中，从更高层面理解各种会计处理背后更深层次的经济内涵和实质，并增强学生的职业道德意识和法律责任意识。

（5）公司理财：本课程内容主要包括公司理财整体框架，风险与收益关系，理财环境和资本市场，财务分析、投资决策、筹资决策及股利政策制定等。

（6）营销管理：本课程通过洞察顾客的价值观念及其购买行为的变化，分析产业发展与竞争的演化规律，从而以科学而富有创造力的营销战略和策略提供顾客价值，建立、保持与发展顾客关系及其资源，关注企业的社会责任，从而最终实现企业（组织）的可持续发展的目的。

（7）运营管理：本课程研究一个组织如何管理（计划和控制）生产或服务过程的一门学科，有效的运营管理是企业保持竞争力的关键。同时，运营管理也是一个企业内联结其他各个职能部门的纽带。

（8）人力资源管理及开发：本课程从管理学、社会学和心理学等学科角度出发，了解人力资源管理对于组织的重要性以及它对企业获得和维持竞争优势的贡献，掌握企业人力资源管理的常见方法、工具、模块和未来发展趋势。

（9）管理信息系统——大数据赋能与模式创新：本课程着眼于大数据赋能与模式创新，从运营、管理、决策与信息技术相结合的角度，讨论信息技术发展的前沿领域，阐释信息资源和信息分析能力在管理中的战略性地位，解析其对现代企业管理及数字化转型的作用与影响，以及信息系统建设与大数据分析的前沿技术、方法与应用。

（10）战略管理：本课程融合中西方经典及前沿管理思想与战略理论的基础，基于企业战略实践过程导向，围绕企业成长中可能遇到的战略难题组织讨论，旨在为各类组织中的管理人员提供战略性创新思考与行动的理论构架、分析工具、思路启迪与操作对策。

（11）公司治理：课程的主要内容是探索公司治理实践中具有共性的基本原理、运作规范和科学方法。在学科定位上，主要关注公司的发展方向，探讨如何通过监督与制衡保证公司决策的科学化以及公司运营的正当性与有效性。

（12）企业伦理：本课程旨在把握企业与社会、利益相关者之间的相互依存关系，认识经济全球化背景下中国企业在经营管理过程中面临的主要道德问题和伦理挑战，明确企业对社会、利益相关者应承担的责任，阐明企业决策的伦理含义，介绍企业决策的伦理分析方法，揭示不道德的企业行为带来的危害，探索企业恪守商业伦理、履行社会责任与可持续发展相结合的途径和方法。

(13) 国际商务管理：本课程介绍了经济全球化背景下企业管理的新思路、国际商务的基本理论、企业国际化的基本路径、进入国际市场的方式选择、进入市场的选择、国际竞争的模式等重要战略内容，以及母子公司管理、跨国公司组织变革、国际市场营销、跨国公司在中国和中国企业的跨国经营等专题。

(14) 创新创业管理：本课程重在讲授创新创业管理特定内在规律，揭示创新创业管理与传统常规管理活动的异同。讲授创新创业管理的基本概念、基础理论体系和方法工具，阐释创新创业活动的本质、独特性及创新创业活动的一般过程。

2. 师资力量

华侨大学 MBA 专业校内师资总人数为 50 人，其中教授 24 人，副教授 23 人，博士生导师 13 人，博士 50 人，硕士生导师 38 人。校外师资即行业教师（实践导师）52 人，其中高级职称 17 人，博士 8 人。师资质量是 MBA 办学最重要的核心竞争力，办学 16 年间，MBA 中心不断探索、一直进行师资梯队、师资储备、师资培养等建设工作。

华侨大学 MBA 专业具体师资详情可查看 MBA 中心官方网站“师资力量”栏 (<https://mba.hqu.edu.cn/zxgk1/sz11.htm>)。

3. 华侨大学研究生工作站及实践基地

日春股份公司

红杉根科技有限公司

福建省大学生创新创业基地（泉州）

泉州辰宏信息科技发展有限公司

厦门佐斯琳电子商务有限公司

国网福建省电力有限公司泉州供电公司

泉州银行股份有限公司

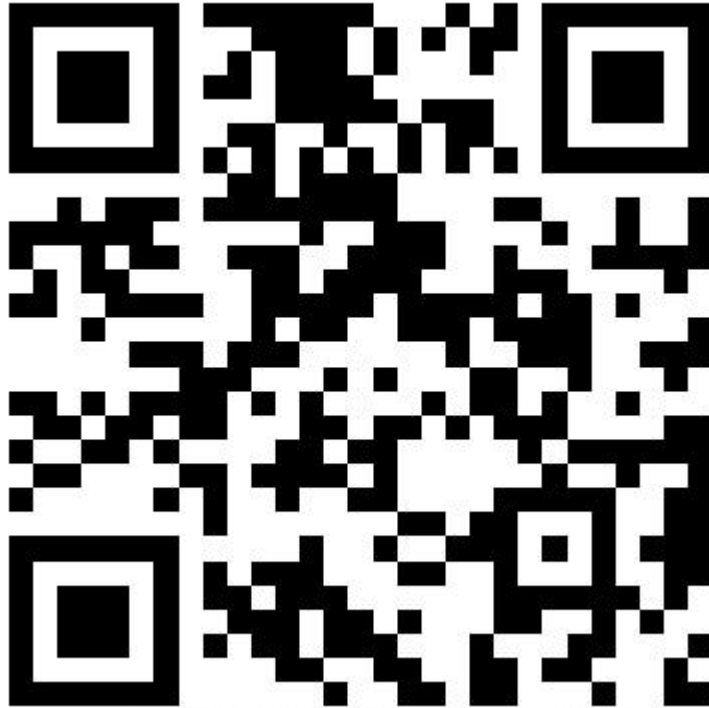
厦门火炬集团

中国电信股份有限公司

福建联合石油化工有限公司

五、联系我们

研究生招生工作咨询电话：0595-22693388、0592-6167111



华侨大学MBA教育中心官网二维码