



上海科技大学

ShanghaiTech University

创业与管理学院

开课课程手册

2019年10月

目录

1.	《创业导论——机会:识别、评估和扩张(市场范围评估模块)》	1
2.	《中国经济解析》	3
3.	《创新实验室 2》	7
4.	《营销学》	10
5.	《中美创新比较研究》	12
6.	《创业导论——机会:识别、评估和扩张(机会评估-财务评估模块)》	14
7.	《创意城市》	17
8.	《组织行为学》	19
9.	《管理科学》	21
10.	《商业模式》	23
11.	《高效沟通力》	24
12.	《宏观经济学》	26
13.	《设计思维:应用创新》	27
14.	《谈判》	30
15.	《营销渠道与中国市场》	31
16.	《平台战略:分析、设计与执行》	33
17.	《金融衍生品》	35
18.	《经济学导论》	41
19.	《金融学原理》	44
20.	《商业统计原理》	45
21.	《财务分析原理》	46
22.	《中级微观经济学》	48
23.	《创业导论——机会:识别、评估和扩张(机会识别和优化模块)》	49
24.	《人类行为科学 I:基本心理学理论及方法》	52
25.	《工程创新实验室》	53
26.	《商业计划》	56
27.	《创业理论》	58
28.	《商业决策和技术创新》	59
29.	《设计和领导创业机构》	63
30.	《创业营销》	65
31.	《新技术企业》	67
32.	《医疗器械质量管理导论》	68
33.	《量化金融》	69
34.	《投资和金融市场》	70
35.	《创造力智慧》	73

36.	《商务写作》	75
37.	《公司金融》	78
38.	《创新实验室》	80
39.	《创新实验室》	81
40.	《医疗器械质量管理体系 I》	83
41.	《医疗器械质量管理体系 II》	84
42.	《金融工程》	85
43.	《国际金融》	86
44.	《创新经济学》	87
45.	《消费者心理学》	89
46.	《伦理：哲思，心理和应用》	91
47.	《商业模式》	94
48.	《质量管理：历史与基础》	95
49.	《理性的沦陷：错误决定和愚蠢选择背后的心理学》	96
50.	《创新管理》	97
51.	《投资银行学》	99
52.	《风险管理》	102
53.	《货币银行学》	105
54.	《质量中国》	108
55.	《实验室管理和项目管理》	109
56.	《设计开发控制》	111
57.	《审核和采购控制》	113
58.	《数据思维与商业数据分析》	115
59.	《创业企业融资》	118
60.	《创新实验室：城市生活创新》	121
61.	《确认验证与持续改进》	124
62.	《医疗器械合规管理》	125
63.	《商业设计里的创新和创意》	127
64.	《公司金融与财会原理》	129
65.	《商业分析基础》	131
66.	《实验室管理与文件管理》	133
67.	《精益生产》	134
68.	《项目管理》	136
69.	《创新实验室：金融科技创新》	137
70.	《行为金融》	139
71.	《创造力心理学：理论与实践》	140
72.	《实验经济学》	142

《创业导论——机会:识别、评估和扩张（市场范围评估模块）》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1003
课程名称:	创业导论——机会:识别、评估和扩张（市场范围评估模块）	英文名称:	Introduction to Entrepreneurship——Opportunities: Identification, Assessment & Expansion (Marketing Scoping)
学分:	1	学时:	16
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

作为一个对商业创业感兴趣的科技大学学生，你也许会看过很多关于精彩的商业想法改变人类工作和生活的故事，或者见证这些伟大的商业想法如何构建出宏伟的产业帝国。

其实，创业就是把一个商业想法（Business Idea）转化为一个商业模式的过程，但拥有一个商业想法并不能够保证你一定能获得创业成功。如何判断你的商业想法是不是一个靠谱可行的方案？这也许是创业过程中最为重要的步骤。创业领域的学者从不同的方面提出了多种对商业想法的评估方案，但这些都离不开市场和消费者认可和喜爱。因此，如何吸引和迎合市场中的消费者的青睐成为考验商业想法至关重要的环节。

《创业导论——机会识别、评估和扩张》（市场范围评估模块，以下简称“市场评估”）作为创业学入门系列课程中的有机组成部分，将为学生提供从市场评估的视角和方法来分析一个商业想法是否可行和具有发展的潜力。由于这是一门创业实践类的课程，授课教授在传统的课程讲授方式的基础上给予学生更多和实践接轨的体验学习

（Experience Learning）机会，使得教学内容更加贴近创业现实情况。

《市场评估》的教学内容包括：（1）市场评估的方法。在这个部分中，授课教授将会集中探讨和实践市场评估中使用的方法和关键测量指标，包括但不局限于心理学的判断决策行为分析、社会学的田野调查以及商业统计学的大数据分析；（2）市场拓展的策略。在这个部分中，授课教授将会结合现实创业实践过程中遇到相关商业指标进行分析和设计市场营销战略来帮助将商业想法转化成为可持续发展的商业实践，教学内容包括但不局限于市场容量评估、产品定价、渠道设计以及相关的市场信息反馈分析。

在课程学习中，学生将会参与到课程项目小组实践中，每个小组需要提出1个商业想法，并且（a）需要市场评估的方法和指标来分析这个商业想法是否具有创业的可能性以及（b）设计相关的市场拓展策略来吸引投资者的资金投入。通过这门课程使学生：

- (1) 通过体验学习的方式来深入了解创业过程中的市场评估部分内容，熟悉掌握市场评估中常用的方法和重要测量指标；
- (2) 能够根据市场评估的结果来设计和规划相关的市场拓展策略，并且能够制作一个面向潜在投资人的简报融资方案。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一讲 市场评估 模块简介	<ol style="list-style-type: none"> 1. 什么是商业机会？ 2. 什么是市场？ 3. 课程设计实践 	课堂讲授、 材料阅读
第二讲 市场评估 逻辑与工具：宏观 层面	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场分析； 2. 价值定位； 3. 商业模式 	课堂讲授、 材料阅读、 案例分析
第三讲 市场评估 逻辑与工具：个体 层面	<ol style="list-style-type: none"> 1. 如何分析客户群体？ 2. 如何研究消费者心理和潜在需求？ 	课堂讲授、 材料阅读、 案例分析
第四讲 市场评估 实践：田野调查	<ol style="list-style-type: none"> 1. 田野调查方法； 2. 田野调查实践； 3. 拦截访谈和问卷调研 	课堂讲授、 小组实践
第五讲 市场评估 实践：商业数据分 析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场评估的定量指标； 2. 市场评估的定量方法 	课堂讲授、 小组实践
第六讲 市场机会 拓展：客户战略与 定价战略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户关系管理； 2. 定价管理 	课堂讲授、 材料阅读、 案例分析

第七讲 市场机会拓展：渠道战略与沟通战略	1. 渠道设计与评估； 2. 客户沟通：公关与广告	课堂讲授、材料阅读、案例分析
项目简报 (Pitch)		学生小组报告

《中国经济解析》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ECON1004
课程名称:	中国经济解析	英文名称:	Understanding the Chinese Economy
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

“中国经济是如此复杂，以至于没有一门课能覆盖中国经济的每一方面。本课程将主要介绍中国的政治经济制度、改革与市场化、以及改革以来的经济发展。教学方式较为紧凑：课程共 8 周，每周 3 小时，并且每周覆盖一个中国经济相关的重要主题。本课程没有标准的教材，每一周会有相应的 reading materials（主要为学术论文、著作章节），同学们需要在课前阅读，并在课上针对指定论文作学术报告。本课程旨在让同学们理解 70 年代以来中国经历的经济改革、开放、与发展。变革背后的制度、以及这些制度本身的改变将是我们分析的重点。通过这门课程的学习，希望同学们能够理解为什么三十多年来中国可以保持高速的经济发展，以及为什么中国的经济发展在未来会遇到极大挑战。”

三、教学内容、教学方式和学时安排

本课程共 8 周，每周 3 小时。所有同学在学期开始后自行分组,并以小组为单位进行一个课题研究，在最后一周做一个约 20 分钟的学术报告。每节课的形式为教授讲座+学生互动

以下是每一周的主题和阅读材料（黑体字的表示必读）：

Week 1: 介绍&中国的政治集权

Xu Chenggang (2011), “The Fundamental Institution of China’s Reforms and Development”, *Journal of Economic Literature*: 49(4), pp 1076–1151.

OECD China Economic Review 2015.

赵红军 (2009), “李约瑟之谜：经济学家应接受旧解还是新解”, *经济学 (季刊)* : 8(4).

Sachs, Jeffrey, 胡永泰, 杨小凯 (2003), “经济改革和宪政转轨”, *经济学 (季刊)* : 2(4).

Mertha, Andrew (2009), “Fragmented Authoritarianism 2.0: Political Pluralization in the Chinese Policy Process”, *The China Quarterly*: 200, pp 995-1012.

Week 2: 中国的经济分权

Xu Chenggang (2011), “The Fundamental Institution of China’s Reforms and Development”, *Journal of Economic Literature*: 49(4), pp 1076–1151.

Christine Wong (2007), “Fiscal Management for a Harmonious Society: Assessing the Central Government’s Capacity to Implement National Policies”, BICC Working Paper.

Tao, Ran, and Dali Yang (2008), “The Revenue Imperative and the Role of Local Government in China’s Transition and Development”, Working Paper.

Week 3: 地方政府激励与地区竞争

Huang Yasheng (1996), “Central-local relationship in China during the reform era: the economic and institutional dimensions”, *World Development* 24(4): 655-672.

Li, Hongbin and Lian Zhou (2005), “Political Turnover and Economic Performance: The Incentive Role of Personnel Control in China”, *Journal of Public Economics* 89(10-11): 1743-1762.

Shih, Victor, Christopher Adolph, and Mingxing Liu (2012), “Getting Ahead in the Communist Party: Explaining the Advancement of Central Committee Members in China”, *American Political Science Review* 106(1): 166-187.

Maskin, Eric, Yingyi Qian, and Chenggang Xu (2000), “Incentives, Information, and Organizational Form”, *Review of Economic Studies* 67(2): 359-378

Week 4: 半节课讲座+半节课学生讲演

第一部分：中国的私有化

Guo, Di, Kun Jiang and Chenggang Xu (2014). “Political Economy of Private Firms in China”, *Journal of Comparative Economics* 42(2): 286-303.

Xu, Chenggang, and Xiaobo Zhang, 2009. “The Evolution of Chinese Entrepreneurial Firms: Township-Village Enterprises Revisited.” In *China’s Economic Transformation* edited by Ronald Coase, forthcoming.

第二部分：学生课题报告（课题题目、方法论、教授提供建议）

Week 5: 中国的土地制度

Lin Justin (1992), “Rural Reforms and Agricultural Growth in China,” *American Economic Review* 82:34-51.

Ho, Peter (2001), “Who Owns China’s Land? Property Rights and Deliberate Institutional Ambiguity,” *The China Quarterly* 166: 394-421.

James Kung, Chenggang Xu and Feizhou Zhou, “From Industrialization to urbanization: the Social Consequences of Changing Fiscal Incentives on Local Governments’ behavior,” in Joseph E. Stiglitz (ed.), *Institutional Design for China’s Evolving Market Economy*. Forthcoming.

Week 6: 中国的科技与创新

Why China Can't Innovate *HBR* <https://hbr.org/2014/03/why-china-cant-innovate>

China's Innovation Success Depends on Political Changes *MIT Technology Review* <https://www.technologyreview.com/s/507431/chinas-innovation-success-depends-on-political-changes/>

Gauging the strength of Chinese Innovation *McKinsey Quarterly* <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/gauging-the-strength-of-chinese-innovation>

It's Official: China is Becoming a New Innovation Powerhouse *Foreign Policy* <http://foreignpolicy.com/2014/02/07/its-official-china-is-becoming-a-new-innovation-powerhouse/>

The “Three Phases” of Chinese Innovation *Forbes* <http://www.forbes.com/sites/ceibs/2015/03/23/the-three-phases-of-chinese-innovation/#6361dfd41988>

Week 7: 与发展并存的诸多问题

Fan, Shenggen, Ravi Kanbur, and Xiaobo Zhang (2009), “Regional Inequality in China: An Overview”, In Shenggen Fan, et al. eds *Regional Inequality in China: Trends, Explanations and Policy Responses*: Routledge.

Kanbur, Ravi and Xiaobo Zhang (1999), “Which Regional Inequality? The Evolution of Rural—urban and Inland-Coastal Inequality in China from 1983-1995,” *Journal of Comparative Economics* 27(4): 686-701.

Xu Chenggang (2011), “The Fundamental Institution of China’s Reforms and Development”, *Journal of Economic Literature*: 49(4), pp 1076–1151.

Week 8: 学生课题报告

《创新实验室 2》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1004
课程名称:	创新实验室 2	英文名称:	InnoLab 2
学分:	3	学时:	80
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:	设计思维：应用创新		

二、课程简介和教学目的

"This course will give students experience grappling with business problems at the leading edge of business practice. InnoLab 2 Team Project may be an entrepreneurship venture or a social entrepreneurship venture. The program insights will be relevant for corporate managers and entrepreneurs regardless of their future career prospects or organizational setting. The InnoLab 2 challenges students to build a new business. They will be encouraged to create business concepts at the edge of growth trends, develop and validate their ideas through deep insights, and build a go-to-market plan that is executable and financeable. The InnoLab 2 will be distinct from other school projects. Impactful plans for real-world business challenges happen over months, and so the InnoLab 2 include a period of orientation and research in The first module and continue through to The third module. In a fast paced global business environment, planning has moved out of the back room and into the field, and so the EC will utilize a field based process with successive iterations of field research and business model design. As with any real-world business challenge, the journey will require discipline and resilience. Students' adaptive thinking, influence skills, and ability to gain results through team collaboration will be put to the test. To be successful, students will need to demonstrate an ability to: think and work independently; understand content and context to narrow the scope of the project; search for essential information and state relevant questions; work collaboratively as a team; influence a range of relevant stakeholders; and, eventually, put forth truly impactful business solutions. IDEATE will be the core methodology. IDEATE is at the forefront of iterative business design, based on the belief that emergent business problems call for engaged, field-based solutions. It will feature the principles of hypothesis driven planning, with specific tools appropriate to each InnoLab 1 track and project phase. The student experience will be guided by InnoLab 1 Coaches. Coaches will deliver workshops, meet with each team three times to help keep them on track, facilitate checkpoints, and evaluate student work for academic credit. Workshops will combine delivery of useful tools and team activities to move their projects forward."

三、教学内容、教学方式和学时安排

The course will include three learning modes, as follows:

- Learning session in the classroom: concept and tools will be introduced in a classroom setting.
- There will be project-related team activities. These will include team meetings, field research, meetings with coaches, preparing deliverables, and presenting at project checkpoints.

Some of the utilized skills enhancement tools are: creation, reflection, comparison, interpretation, mixing and compressing, classification, interviewing, testing, rapid prototyping, drawing conclusions, assessment, identifying presumptions, reorganizing information, and application of principles to new situations. In addition, each track has a challenge brief, and specific tools and procedures that will be introduced during the duration of the program.

Campus specific Coaches ensure a smooth learning process, by facilitating learning through mandatory workshops on specific themes, informal conversations, and assessing progress at each of the Checkpoints. During the Checkpoints, teams also receive immediate feedback and direction from Checkpoint Challengers, who are business experts and representatives of the surrounding business community, members of the school Faculty, and/or the school alumni with relevant work experience.

Teams are required to locate and assign an external mentor, who is willing to support the team in solving the challenge. Mentors are expected to provide content and context specific insights, and they may also help the team get connected with a range of different stakeholders and other resources, but they are not expected to do the work for the team. Mentors should be chosen carefully, for instance, based on relevance and willingness to commit to support the team. Mentors are typically experts of the given content and context, and can be found almost anywhere (excluding the school faculty, staff, and current students!).

Coaching Sessions

Meetings with coaches will be driven by student teams. Coaches will support the process by monitoring progress, giving feedback, and answering questions (although, as we know, a good coach often answers questions with a question!). Student teams should bring a written agenda with them to the meetings and be prepared to demonstrate progress and crisply identify any areas of concern.

InnoLab 1 Workshops

Event	Kickoff	Date	
Topic	- Track and Team Selection		
	- Background Research		

Preparation	Challenge Statements
Post-Workshop Assignment	Submit Research Brief

Event	IDEATE Workshop I	Date	
Topic	The IDEATE Method		
Preparation	<p>Reading</p> <p>SCQA for Consultants http://www.consultingmethodology.com/wp-content/uploads/2014/03/Pyramid-principle_consulting-methodology.pdf</p> <p>Doblin: The Ten Types of Innovation https://www.doblin.com/tentypes/</p> <p>The Ultimate Guide to A/B Testing http://www.smashingmagazine.com/2010/06/24/the-ultimate-guide-to-a-b-testing/</p> <p>Design Better And Faster With Rapid Prototyping http://www.smashingmagazine.com/2010/06/16/design-better-faster-with-rapid-prototyping/</p> <p>Case Studies Embrace A-B</p> <p>LinkedIn Brief Case Scenario</p> <p>Handout after Day 1 Running Lean, Chapter 3</p>		
Post-Workshop Assignment	Prepare for 24 hour CreACTion		

Event	IDEATE Workshop II	Date	
Topic	The IDEATE Method		
Preparation	<p>Case Study</p> <p>Zoosk – Pivoting to Win the Dating Game</p>		
Post-Workshop Assignment	Prepare for Final Presentation & Give feedback		

TOPICS/ACTIVITY
Learning - Intro and brainstorming

Track and Team Selection
Team Brainstorming Session & Research Briefs - Brainstorming guideline
IDEATE Workshop I
CreACTion
Intel Square 1 Challenge (optional)
B. Apply / Coaching Session
Executive Summary 1/3
Meet Coach 1/3
Team Activity Phase: Customer Research
Checkpoint 1
Executive Summary ?
Pitch Deck Draft
Team Activity Phase: Prototype Development & Market Validation
Meet Coach 2/3
C. Present / Deliver
Checkpoint 2
IDEATE Workshop II
Meet Coach 3/3
Team Activity Phase: Go-to-Market Strategy Development
Pitch Deck Final
Peer Evaluation
Final Report and Presentation
Feedback - from Professor, final judges, coach, etc.

《营销学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1001
课程名称:	营销学	英文名称:	Marketing 101
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

“为什么苹果（Apple）公司把他们的产品当成奢侈品来销售？为什么曾经的手机行业新秀 HTC 的光环逐渐暗淡？同样是卖可乐类的碳酸饮料，可口可乐、百事可乐、非常可乐、崂山可乐各有什么不一样品牌特色？传说中的“五大圣水”（红色尖叫、东方树叶、格瓦斯、黑松沙土、崂山白花蛇草水），为什么它们这么难喝还在市场中受到消费者的追捧？在你每天的生活中，你一定会遇到很多耐人寻味的市场问题。作为消费者，我们每天都在思考着世界级的难题，例如今晚

该吃啥？作为未来的创业者或企业管理者，你需要对公司活动包括营销活动做出评估。在你的职业生涯中，你可能需不时对公司的营销问题发表意见和看法，你甚至可能要负责制定和执行营销战略与营销计划。如何分析市场需求和选择目标市场？如何评价营销战略与计划？在营销活动的规划过程中，需要考虑哪些重要的方面？如何改进公司的营销系统以实现公司目标？这些问题是公司管理层和营销管理者在现实生活中必须回答的问题。本课程为回答这些问题提供一般的框架。本课程第一部分集中讨论市场逻辑（market logic）问题。我们将考察市场营销在组织中的地位和作用，如何通过逻辑分析和大数据建模来分析顾客行为，如何细分市场、选定目标市场和进行市场定位。第二部分集中讨论市场策略（market strategy）问题。我们将通过商业模型考察各种营销策略，如制定产品、定价、促销、分销渠道策略等，讨论如何运用各种营销工具实现营销目标。到本课程结束的时候，你应当对营销在商业活动过程中的作用，对营销的基本原理，对营销领域中的基本战略与战术问题，有一个清晰的了解。当然，因为这是一门入门性的课程，我们不可能在本课程里对营销领域的所有方面作非常深入的探讨。你如果对营销有特别的兴趣，建议你进一步学习更加高级的课程，如市场研究、创业营销、消费者行为、营销渠道、广告与促销等等。在项目学习中，学生将会参与到课程项目小组实践中，每个小组将会自主选择 1 个市场相关的课题进行营销调研分析以及市场战略制定和评估。通过这门项目使学生：

- （1）掌握营销学的基本原理，建立一个完整的市场分析逻辑框架，掌握一门专业的数据分析工具；
- （2）理解中国社会与商业市场之间的联系，对创业活动和企业管理决策提出合理的建议和方案；
- （3）学会如何收集和利用商业资源，理解和分析商业案例，能够逻辑清晰地进行商业口头报告和书面写作”

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一讲 中国社会与商业环境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社会、文化、技术与商业环境； 2. 理解中国特色 	课堂讲授、材料阅读
第二讲 营销概念与理念	<ol style="list-style-type: none"> 1. 营销概念（市场、需求、价值） 2. 营销理念（生产、产品、推销、营销和社会营销） 3. 商业大数据分析工具介绍 	课堂讲授、材料阅读、案例分析

第三讲 市场信息系统	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调研分析系统; 2. 市场细分、目标市场、市场定位; 3. 商业大数据分析方法 	课堂讲授、材料阅读、案例分析, 外请专家讲座
小组项目选题确定		
第四讲 购买与需求行为分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消费者行为: 微观视角 2. 消费者行为: 建模方法 3. B2B 市场 	课堂讲授、材料阅读、小组实践讨论
第一次个人作业提交		
第五讲 产品、品牌与客户	<ol style="list-style-type: none"> 1. 产品概念与产品开发流程; 2. 品牌概念、品牌资产与建立强势品牌; 3. 客户关系管理 	课堂讲授、材料阅读、课堂实践游戏、小组实践展示
第六讲 渠道与定价	<ol style="list-style-type: none"> 1. 营销渠道概念与结构; 2. 价格和价值; 3. 促销 	课堂讲授、材料阅读、课堂实践游戏、小组实践展示
第二次个人作业提交		
第七讲 营销发展新趋势及前沿研究概述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 整合营销传播 2. 营销研究前沿 3. 目前在研课题介绍 	课堂讲授、小组数据分析报告、材料阅读
项目报告		学生小组报告

《中美创新比较研究》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1015
课程名称:	中美创新比较研究	英文名称:	China versus the U.S.: Comparative Studies on Innovation
学分:	1	学时:	16

授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

” The “China vs. the U.S.: Comparative Studies on Innovation” course focuses on the world’s two largest and most influential economies, China and the US, and provides students with a framework to evaluate innovations through the personal, organizational, and cultural lenses. The course highlights not only the rewards and what-to-do’s in today’s innovative economy, but also the associated risks and what-not-to-do’s. In addition, the course leverages the theoretical framework on innovation to explore the practical implications of the theories by incorporating numerous real world examples. The course explores the following major questions: What is innovation? What are the major sources of innovation? What are the benefits and associated risks of innovation? What are the major factors propelling and hindering innovations in China? What are the major factors propelling and hindering innovations in the US? How can we as individuals excel in today’s global and innovative economy? The course includes but is not limited to lectures by the course instructor and guest speakers, case study discussions among the instructor and students, and team project presentations by the students.”

三、教学内容、教学方式和学时安排

- **Time:**
-
- **Reading requirements:**
- “Lost in Translation” by Fons Trompenaars and Peter Woolliams, Harvard Business Review, April 2011
-
- “The 5 Myths of Innovation” by Julian Birkinshaw, Cyril Bouquet and J.-L. Barsoux, MIT Sloan Management Review, Winter 2011
-
- “Breakthroughs and the ‘Long Tail’ of Innovation” by Lee Fleming, MIT Sloan Management Review, Fall 2007
-
- “Advantages and Disadvantages of Innovative Technology” by Chris Joseph, Demand Media,

<http://smallbusiness.chron.com/advantages-disadvantages-innovative-technology-24267.html>

-
- “The Potential and Peril of Radical Innovation” by Greg Satell, May 10, 2013, <http://www.innovationexcellence.com/blog/2013/05/10/the-potential-and-peril-of-radical-innovation/>
-
- “Innovation and Management in China, Germany and the US” by Nathan Richter, October 1, 2013, <http://www.theglobalist.com/innovation-and-management-in-china-germany-united-states/>
-
- “Can China Eclipse the US on Innovation” by Gary Shapiro, Forbes, July 11, 2012, <http://www.forbes.com/sites/garyshapiro/2012/07/11/can-china-eclipse-the-u-s-on-innovation/>
-
- “America the Innovative?” by Eamonn Fingleton, March 30, 2013, New York Times (VPN may be needed to get access in China), http://www.nytimes.com/2013/03/31/sunday-review/america-the-innovative.html?_r=0
-
- **Hand-in assignment:** Discuss the following questions
- What is innovation to me?
- What are the three most significant factors affecting innovation (in a prioritized order)? Please elaborate.
-
- **Learning objectives and class arrangements:**
-
- Course logistics, overview, goals and requirements
- Self introduction
- “What do I want to get out of this course?”
- How to define “innovation”?
- What are some of the myths about innovation?
- What are the major types of innovation?
- What are the potential risks and rewards of innovation?
- How to innovate?
- 3-lens analysis of innovation

《创业导论——机会:识别、评估和扩张（机会评估-财务评估模块）》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1002
-------	---------	-------	----------

课程名称:	创业导论——机会:识别、评估和扩张 (机会评估-财务评估模块)	英文名称:	Introduction to Entrepreneurship——Opportunities: Identification, Assessment & Expansion (Opportunity Assessment-Financial Evaluation Module)
学分:	1	学时:	16
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

The purpose of this course is to give entrepreneurs the tools to quickly identify, assess and expand opportunities: i.e. Do you have a cool idea, a business opportunity or an exponential growth opportunity? Covered in this 3-module course are: Opportunity Identification and Refinement, Criteria for Opportunity Assessment including financial analysis and Market Scoping. These modules can be taken in any order with minor adjustments to the opening & closing of the modules to transition among the modules.

In this module (Opportunity Assessment: Running the Numbers), the learning objectives are the following:

Learning Objectives

Construct, understand and discuss the income statement, balance sheet & statement of cash flows.

Using financial ratios assess and understand a company's performance.

Using various investment appraisal methods, appraise the feasibility of a company to invest in a non-current asset.

Using cost volume profit analysis, aid a business to make decisions.

Using forecasts, ratios and sensitivity analysis assess business opportunities.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Sessions

Session 1:

Session one will explore the purpose and use of the various financial statements. The introductory session will also familiarize the students with

the various items within each statement. The basic types of ratios that are used when analyzing financial statements will also be introduced. ??????

Session 2:

The second session builds on the knowledge of Session 1. The ratios will be applied to various company financial statements to give the students hands on experience in calculating and interpreting the meaning of the ratios for the company. Students will be expected to start to consider various decisions the company can make in light of the calculated ratios in order to aid the company.

Session 3:

Various ratios as applied in cost volume profit analysis will be studied in session 3 to give the students a broader understanding of ratios and their use in a manufacturing type environment. Cost volume profit analysis has a variety of practical business applications that can also aid a sole trader. Relevant costs will also be discussed to enable better decision making in a manufacturing type environment.

Session 4:

The fourth session focuses on methods to appraise investments that will ultimately aim to increase shareholder wealth. Studying investment appraisal builds on the practical business applications of cost volume profit analysis in session 3 to help entrepreneurs make better investment decisions.

Session 5:

The fifth sessions examines the non-financial considerations for entrepreneurs in a variety of contexts. The fifth session assess entrepreneurs' resources and the fit with what is required to execute on a present opportunity. The fifth session will include economic, strategic, and marketing considerations to help an entrepreneur make stronger decisions beyond the financial information provided.

Session 6:

A review session will be held for all of the key concepts as studied for the first 5 session. The aim of session 6 is to prepare the students for their group presentations in session seven. The students will be given a company case and its financial statements that will be analyzed in a presentation in session seven.

Session 7:

Group Presentations and Q&A session.

《创意城市》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1002
课程名称:	创意城市	英文名称:	Creative Cities
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

"Creative breakthroughs, whether in science, art or the economy, have disproportionately occurred in a small number of unusually creative cities, ranging from Renaissance Florence to present-day conurbations such as New York or the San Francisco Bay Area. A number of disciplines include theories that attempt to account for these agglomerations of creative people, for example economics, sociology, and social psychology. The course includes an overview of some of the more influential theories. An additional focus is on the ongoing and parallel restructuring of economies, cultures, and value systems that is taking place in the most developed regions in the world, whereby creative work is becoming the most important economic activity. The resulting "post-industrial" society is also becoming emblematic of key cities, especially in North America and Western Europe, but also to some extent in East Asia. This new development stage has four important aspects. First, the economy is becoming more focused on creative knowledge-intensive services, implying a change in the occupational structure. Second, new or improved transportation and communication technologies have facilitated the globalization of many services, many of which were previously more geographically constrained. Third, these same technologies have facilitated household mobility, so that whereas in the past "people followed jobs," it is now becoming increasingly common for "jobs to follow people." Fourth, sociologists and political scientists have tracked a concurrent change in the predominant social or cultural values of the most economically advanced regions around the world, whereby a new system of values is emerging, variously referred to as "postmodern," "postmaterialist," or "tolerant." The course on creative cities aims to introduce

students to influential theories that attempt to explain these processes of societal restructuring, as well as to studies that show how urban agglomerations serve as incubators of new ideas, whether economic, cultural, political, or technological. ”

三、教学内容、教学方式和学时安排

Lecture	Topic	Literature
1	Introduction to creative cities	Andersson and Mellander in AAM Andersson (pp. 14-55) in AAM
2	Value systems in creative cities	Inglehart (1997) Andersson (pp. 327-42) in AAM
3	Richard Florida’s “creative class” theory – part I	Florida (2002) Florida et al. (2008) Florida et al. in AAM
4	Richard Florida’s “creative class” theory – part II	Florida (2002) Florida et al. (2008) Florida et al. in AAM
5	The psychology of creativity and its urban dimension	Andersson/Andersson (2006; Ch. 8) Simonton in AAM Rentfrow in AAM
6	Urban agglomerations and networks of science	Matthiessen et al. in AAM Andersson et al. (2014)
7	Wage premiums for creativity and migration patterns among creative workers	Gabe in AAM Comunian and Faggian in AAM
8	Cities, planning, and serendipitous discoveries	Jacobs (1961) Kiriakos in AAM
9	Density and diversity in cities	Desrochers and Leppala in AAM Gordon and Ikeda in AAM
10	The increasing importance of experience goods	Andersson/Andersson (2006; Ch. 6)
11	Creative entrepreneurship and	Andersson/Andersson (2006; Ch. 9 and Ch. 11)

	agglomeration economies	
12	The value of the cultural heritage	Andersson/Andersson (2006; Ch. 7)
13	Creative Cities I: Vancouver, BC	DiZerega and Hardwick in AAM Goldberg (2000)
14	Creative Cities II: Copenhagen and Stockholm	Johansson and Klaesson in AAM TBA
15	Creative Cities III: Silicon Valley	Saxenian (1994) Saxenian (2006)
16	Review and discussion	-

《组织行为学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1002
课程名称:	组织行为学	英文名称:	Organizational Behavior
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

组织行为学是有关组织内人类行为的研究。它研究人在想什么，感觉到什么，他们为什么有特定的想法、感觉和行动。组织行为学的知识是通过社会学、心理学、人类学和其他行为科学的研究方法得来的，用于管理和组织人类的实践。

组织行为学是一门科学，强调通过科学证据说话。科学证据是从直接经验、控制下的观察、测量和实验而得。尽管有关组织行为的知识体量相比于自然科学核心领域的还太年轻，而且人如此复杂、成百上千复杂的人在一个组织中的复杂性恐怕超越了自然科学（毕竟基因、粒子、原子、分子不进行思考、感觉和决策），但系统的研究依然在帮助我们理解人类和他们所创造和从属于的组织。然而，即使是受过高级训练的经理人也常常不了解他们工作中的科学事实，更别说基于组织和人类行为的系统知识来做出专业决策。这门课程正是试图连接起组织行为学的科学知识和组织中的日常决策。

组织行为学课程在商学院和工程学院都已存在了数十年，我们这个版本特点在于（1）从现有的大量材料和方式中提取与我校理工类学生最相关的；（2）加入捕捉当前中国情况的材料和探讨；（3）强调从关于人类组织的科学事实中提炼对实践有用的工具，以体验式学习的方式培养思维方式，与上科大创管学院的核心教学理念相一致。

通过这门课程的学习，参与者将能够：

了解行为科学中最有助于了解自己和所处工作环境的基本概念、理论和事实，例如人格特质、动机、团队动态、领导力、组织文化。

运用所学知识到现实生活中所遇到的人际关系问题中：管理一个团队、职业规划和找工作、搭建自己的创业团队。

掌握分析、评价和制定（团队和组织层面）人力资源管理策略的基本原理和技能，培养商业思维。

理解社会科学研究方法及其局限性，建立自然科学和社会科学的联系。

培养在研究机构、公司工作或自己创业的竞争力，成为一个有心的、灵活的实践者。

三、教学内容、教学方式和学时安排

周次	主题		教学目标
1	热身		介绍组织行为学、学习方法、课程要求
2	个体行为	个体差异和选拔	概念：智商、情绪稳定性、人格 组织应该招什么样的人？如何选拔？
3		工作面试	如何进行结构化的面试招聘人才？作为应聘者，在面试中现？
4	动机	激励和动机	概念：价值观、动机、成就需求、自我效能 如何设计有效的绩效测评以提升员工绩效？
5		情绪	什么是情绪和心境？情绪与行为的关系？情绪的原因？情响工作？如何控制情绪？
6		离职率和满意度	概念：工作态度、离职率、工作满意度 员工为什么要离职？如何控制自愿离职？
7	团队动态	团队有效性	判断一个团队是否适合工作需要。创造团队工作需要的条团队帮助成员达到目标绩效。
8		搭建团队	概念：资源地图、社会网络理论、同质性、异质性 分析团队的外部需要。团队的最优组成。如何找人？
9		冲突和谈判	工具：团队冲突管理风格测量 冲突的分类。如何解决冲突。谈判原则。第三方干涉。
10	领导力	权力	权力的分类，如何有效地领导，影响他人的技巧
11		愿景和价值观	如何有效地表述愿景？如何通过愿景进行领导？如何实现何通过价值观进行领导？如何实现价值观？
12		建立信任	概念：信任、承诺、组织变革 信任的好处。如何建立信任？
13	组织动态	组织结构	如何设计与战略匹配的组织结构？
14		创新管理	概念：内部知识、外部知识、交互记忆、参与感 如何提高参与感激励分享？如何结构化参与过程提升效率

15		管理沟通	组织内如何通过沟通达到管理目标
16	综合	职业规划	通过自我分析和测评，找到你最适合的职业和自我发展方

《管理科学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1100
课程名称:	管理科学	英文名称:	Management Science
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

无论你从事的工作涉及到管理工程，运营医院，开甜品店，卖飞机票，还是互联网创业，你的日常管理和运营都少不了科学的管理工具。管理科学这门课程，就是运用科学的方法，研究管理理论和商业活动中的一般规律。

本课程会涉及：资源配置，供应链管理，库存管理，精益创业，风险管理，等理论。重点讨论的专题有：动态定价，最优停止问题，经典报童问题，牛鞭效应，拍卖机制设计，互联网经济，等有趣的商业问题。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 绪论 管理科学核心问题	第 1 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第二章 管理中的优化问题	第 2 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第三章 风险管理与随机性	第 3 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第四章 库存管理 经典报童问题	第 4 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论

第五章 供应链管理 牛鞭效应	第 5 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第六章 供应链模拟：啤酒游戏	第 6 周 2 学时	课堂教学、商业模拟、 案例讨论
第七章 案例教学	第 7 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第八章 随堂测试和习题课	第 8 周 2 学时	随堂测试
第九章 市场竞争与博弈论 囚徒困境 纳什均衡	第 9 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第十章 资源分配与拍卖 机制设计的优化问题	第 10 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第十一章 收入优化 航空公司机票定价问题	第 11 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第十二章 客户非理性行为	第 12 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第十三章 互联网新经济	第 13 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第十四章 精益创业	第 14 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第十五章 案例教学	第 15 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论

第十六章 商业讲座	第 16 周 2 学时	商业讲座
期末考试	第 17 周 2 学时	闭卷

《商业模式》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1101
课程名称:	商业模式	英文名称:	Business Models
学分:	1	学时:	16
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

研究商业模式，就是对商业活动的核心框架的研究，重点探讨在商业环境中企业，个人，供应商，以及其他参与者之间的商业关系。在各方的商业互动中，访问量，物流网络，信息流动，和资金走向，都可能呈现出多种形态，构成不同的商业模式。本课程会结合实际商业案例，使学生掌握商业模型的综合分析能力，探索可能的新型商业模式或者商业模式的新应用。课程也会突出新型商业模式对传统行业中的改变。重点讨论的专题有电子商务，社交平台，新媒体，智能硬件，线上线下对接。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 商业模式绪论	第 1 周 2 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第二章 电子商务 B2C,C2C	第 2 周 2 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第三章 社交平台	第 3 周 2 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论

第四章 免费模式和会员制	第 4 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第五章 新媒体	第 5 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第六章 智能硬件	第 6 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第七章 O2O 线上线下对接	第 7 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论
第八章 案例教学	第 8 周 2 学时	课堂教学、课后复习 (作业)、案例讨论

《高效沟通力》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1003
课程名称:	高效沟通力	英文名称:	Effective Communication
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

"The Course "Effective Communication for students - Level 1" teaches the basic elements of the communication process. The following elements will be covered during this course: Target groups (The "view of the world" of the Source vs. the "view of the world" of the target in the communication process)? The flow of content during the communication process and its bias (Sending vs. Receiving)? Impact through communication by adding motivational elements to the communication (Intention vs. Effect)? The role of questions in the communication process. The time of the course covers 40% theory and 60% application. Applications are (done by teams in 4-5 people): During the course the student will design and conduct a survey for different target groups (to understand "the world" of each of their relevant target group). Based on this survey they will create a report about the results of the survey. The goal of the course is: to increase the awareness about their role and

expectations towards them (in their role as a student)? to increase the awareness/knowledge of relevant elements of communication? to increase the competence to communicate more effectively with all the relevant groups in their role as a student (professors, other students, parents etc.)”

三、教学内容、教学方式和学时安排

Main Topic	Calendar week	Content	Hours
Different People Different WorldViews	CW1	Introduction Teacher - Introduction of Methods - introduction "Different people Different WorldViews (homework pre interview)	1,5
	CW2	Workshop to "Different People WorldViews (Target Groups)	1,5
	CW3	Creating holistic View of Target Groups I	1,5
	CW4	Creating holistic View of Target Groups II	1,5
The Why forms the How	CW5	Introduction "The why forms the how", Introduction of "how to make a survey"	1,5
	CW6	Workshop on structure for survey	1,5
	CW7	Workshop for main messages for main steps for survey	1,5
	CW8	Finalizing workshop steps for survey	1,5
And at the beginning there was... a question	CW9	Introduction "And at the beginning there was ... a question"	1,5
	CW10	Workshop about the questions for the workshop	1,5

	CW11	Finalizing and testing survey, Survey going "live"	1,5
Feedback	CW12	Giving feedback	1,5
Base communication Channels	CW13	Introduction of Base Channel" Workshop" Discussing workshop results	1,5
	CW14	Workshop "Structure and content of final report for the workshop"	1,5
	CW15	Workshop "Channel: Writing and visualizing the results	1,5
	CW16	Final Test	1,5

《宏观经济学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ECON1003
课程名称:	宏观经济学	英文名称:	Macroeconomics
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:	经济学导论 微观经济学		

二、课程简介和教学目的

“经济学是有关人的行动和社会运作的一种理论模型和思维方式。宏观经济学关心一个社会整体经济资源的利用程度，换言之，一个国家整体经济的运行。从短期看，宏观经济学考察经济处于周期波动中的哪个阶段；影响周期波动的因素有哪些；政府如何运用宏观经济政策来干预和影响经济运行，减少其波动程度。从长期看，它研究一个国家长期经济增长的源泉是什么；为什么某个国家在历史的长河中经济长期停滞不前，后来突然加速增长，变成了发达国家，而另一些国家经济增长一直缓慢，目前仍然处于不发达的状态；为什么发达国家与不发达国家收入差距不断被拉大。对这些问题的回答就构成了宏观经济学的主要内容。经济学课程作为我校本科生通识课，旨在通过学习

宏观经济学基本概念、原理，训练理性思维和批判性思考，培养跨学科能力，将所学知识与现实结合，对现实世界中各国经济运行情况有初步了解和判断。”

三、教学内容、教学方式和学时安排

每周 2 学时，16 周，其中 11 次课程讲座，3 次经济学小课题，1 次前沿讲座，1 次总复习。

《设计思维：应用创新》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1001
课程名称:	设计思维：应用创新	英文名称:	Design Thinking: Applied Innovation
学分:	3	学时:	48
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

设计思维是一种系统的思维过程，用以识别和定义需要解决的问题并设计和提炼创新的解决方案。批判性思维是设计思维的基础。本课程首先介绍批判性思维的要素，包括识别假设、质疑假设以及定义术语。接下来让学生们学习设计思维的基本工具，着重如何确立假设、正确地提出问题、定义核心难点、寻求独特的解决方案。应用这些工具，学生们将组成团队、针对以人为本的课题，用科技手段探索具有创意的解决方案，通过路演和竞献测试改进产品模型，最终完成项目。

具体的学习成果

- 掌握建立在批判性思维上的、以人为本的问题识别和解决方式
- 实践跨学科的团队协作
- 学习应对不确定状况的设计思维过程

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一课

课程概述

批判性思维简介

团队项目启动

第二课

团队与合作

设计思维概述

第三课

感知阶段(Sensing): 案头研究

感知阶段(Sensing): 田野调查

第四课

田野调查

第五课

数据分析处理

重新建构核心问题 (HMW 问题)

第六课

期中项目展示

第七课

头脑风暴

解决方案筛选

第八课

用户需求分析

产品概念分析

建模途径和工具

第九课

用户测试

迭代

第十课

商业诊断

项目 pitch: 项目展示策略; 演讲技巧; 商业 pitch

第十一课

路演: 产品测试和迭代

第十二课

期末项目展示

《谈判》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1001
课程名称:	谈判	英文名称:	Negotiation
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

我们几乎天天都在和不同的人谈判：未来的雇主、团队里的伙伴、室友、恋人、亲人，等等等等。我们应该支付多少钱、获得多少收入、任务如何分配……，在很大程度上都需要我们去与人谈判而定。尽管谈判在日常生活中无处不在，我们中的许多人对谈判的基本策略和心理学知识却所知甚少。为什么有时候我们能通过谈判得到我们想要的结果，而更多时候，我们不得不遗憾地离开谈判桌？谈判既是一门权衡利益的科学，也是一门实现共赢的艺术。

通过本课程，你将提高谈判、说服、交易，与解决争端的能力。我们将讨论并应用理论（科学的部分），你将增进谈判能力（艺术的部分）。每周我们会深度讲解谈判的一个方面，解释关键议题，讨论阅读练习，并探讨你们的练习中出现的 key 问题。你将有机会得到谈判经验、提高谈判技巧，了解在谈判中什么是有用的，什么是没用的，以及为什么。

本课程的另外一个目标，是为你在上科大学到的技术性的知识提供有力的补充，在商业与社会活动当中，找到可能解决方案的技术很重要，但随着你在组织当中地位的提高，促进协议达成并付诸行动的谈判技巧会变得越来越重要。

通过这门课程，你将（1）深入体验谈判过程，学习如何估计各种行动的可能成本和利益；（2）理解谈判的本质和学术性的核心概念；（3）培养用谈判来有效解决问题的信心；（4）提高你在竞争激烈的环境中理解、分析，和预测其他个人、小组，与组织行为的能力；（5）发展一系列实用的谈判技巧、策略，和途径，并提高你高效谈判的能力。

三、教学内容、教学方式和学时安排

2019年暑学期，每周两次课，每次课4学时，教学方式包括谈判准备，现场谈判，以及案例讨论三个主要部分，教学内容包括一对一单一议题的谈判处理，一对一多议题的谈判处理，多对多团队谈判的处理等。课程每班限36人，年级及专业不限，本研一体。

第一课 导论

第二课 立场与利益

第三课 一对一多议题

第四课 代理

第五课 超越双赢

第六课 多对多团队谈判第一轮

第七课 多对多团队谈判第二轮

第八课 多对多团队谈判第三轮

《营销渠道与中国市场》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1003
课程名称:	营销渠道与中国市场	英文名称:	"Marketing Channels & Chinese Market"
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

从丝绸之路到茶马古道，中国打开了与世界通商和交流的窗口。而放眼现在，淘宝网和京东商城正在互联网上创造着中国商业新的渠道和平台。

从古至今，一代又一代的中国商人怀抱着“汇通天下”的愿望走遍了大江南北从而形成了贯穿中国社会的“江湖”。在近代，中国三次重要的人口迁徙又创造出中国多姿多彩的商业环境。“渠道为王”，这句话一针见血地点出了中国商业社会的特性：地区市场多样化，但缺少联系贯通的渠道。营销渠道将通过社会学、历史学、政治学和经济学的视角和方法，回顾中国商业市场的发展历程以及渠道如何创造出新的创业机会，并且向学生系统介绍市场分析和渠道管理的基本原理和分析逻辑。在这个过程中，我们将会探讨技术创业和市场创业在中国当前社会的机遇和挑战。在课程学习中，学生将会参与到课程项目小组实践中，每个小组将会选择 1 个渠道相关的项目进行分析和报告通过这门课程使学生：

- (1) 理解中国的营销渠道现状以及现实商业市场环境；
- (2) 了解和掌握营销渠道的原理和分析逻辑，并且结合理论分析和研究工具，帮助学生对创业活动和企业管理决策提出合理的建议和方案。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容教学进度和学时安排教学方式

第一讲 课程介绍及营销渠道概览第 1 周 4 学时

课堂讲授、材料阅读、课堂实践活动

第二讲 渠道概念及渠道分析第 2 周 4 学时

课堂讲授、材料阅读、案例分析

第三讲 渠道设计第 3 周 4 学时

课堂讲授、材料阅读、案例分析小组项目选题确定

第四讲 渠道管理实践

4.1 渠道权力与冲突

4.2 渠道治理与整合

第 4 周 4 学时

课堂讲授、材料阅读、案例分析、第一次个人作业提交

第五讲 渠道关系管理：客户第 5 周 4 学时

课堂讲授、材料阅读、案例分析

第六讲 渠道关系管理：分销商与零售商

6.1 分销商与零售商

6.2 平台渠道与垂直渠道

第 6 周 4 学时

课堂讲授、材料阅读、多媒体材料、案例分析、第二次个人作业提交

第七讲 渠道关系管理：销售人员管理第 7 周 4 学时

课堂讲授、数据分析、材料阅读、案例分析、

学期报告第 8 周 4 学时

学生小组报告

注：习题课、实验（上机/实践）内容和基本要求可参照填写。

《平台战略：分析、设计与执行》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1004
课程名称:	平台战略：分析、设计与执行	英文名称:	Platform Strategies: Analysis, Design, and Implementation
学分:	1	学时:	16
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

The purpose of this course is to examine platform business models and offer tools for how to develop strategies for academic and technology entrepreneurs to succeed in a fast-paced marketplace.

The learning objectives are the following:

Analyze major platform business models and their associated strategies for user and customer acquisition

Understand how to formulate value propositions appropriate for target users and customers

Enable students to recognize familiar platform strategies and adapt them to their own ventures

三、教学内容、教学方式和学时安排

This module is based on 6 sessions and takes place over 1.5 days.

Day 1 (full day)

Session 1

- Module overview: What are platform strategies and how do they apply to academic and technology entrepreneurship?
- What is the difference between users and customers in platform business models?
- How do you create value for users and customers in a multi-sided platform?

Session 2

- What are major platform designs in leading Chinese ventures?
- What are the different value propositions promoted with these designs?

Session 3

- What are major platform designs in leading US and non-Asian ventures?
- What are the different value propositions promoted with these designs?

Session 4

- What are the major similarities and differences between Chinese and non-Chinese platform strategies?
- What are the tradeoffs of using platform strategies vs. other business models?

- How can you apply these techniques to your own ventures?

Day 2 (half day)

Session 5

- Student presentations of their platform strategies assignments
- Students will display their analyses and recommendations to the rest of the class in an “Expo format.”

Session 6

- Imitate or innovate: How to implement YOUR platform strategies?
- How do you know if your strategies will succeed and can scale?
- What value propositions are most essential to fulfill with these designs?
- Wrap up and discussion of key takeaways from module

《金融衍生品》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1006
课程名称:	金融衍生品	英文名称:	Financial Derivatives
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

课程简介

本课程是金融辅修专业的基础必修课。通过该课程的学习使学生掌握远期、期权、期货等基本衍生金融产品的概念以及定价的基本原理和方法，并熟悉衍生金融产品的市场运行机制，从而为进一步深入学习金融工程打下坚实的理论基础。

课程目标

本课程主要介绍金融衍生产品的概念，定价原理和方法，以及基本模型。同时介绍金融风险套期保值和管理的概念，方法，和模型。核心内容包括期货与期货市场的运作，远期以及期货的定价，期权市场，性质，及交易策略，期权定价的二叉树期权定价模型，布莱克—舒尔斯—默顿期权定价模型，期权价格的敏感性和期权风险的对冲。通过本课程的教学，使学生掌握关于衍生产品的基本知识，理解衍生市场具体的运行机制，掌握衍生产品的基本定价方法，为学生打下坚实的理论基础。通过课后练习和案例学习，加强对科学素质和创

新能力的训练，使学生熟悉市场，为培养具有创新精神和实践能力的高素质人才奠定良好的基础。

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一单元 衍生产品和金融工程概述（4 学时）

[授课内容]

衍生产品、金融工程的概念、金融工程的发展历史与背景、金融工程的基本分析方法、金融工程与风险管理之间的关系、金融理论的发展与金融工程之间的关系、金融产品定价的基本方法、无套利定价法、风险中性定价法等（教材第 1 章，参考书第 1 章）。

[重 点]

基础衍生产品的概念和收益曲线、金融工程的概念、金融工程的基本分析方法、金融产品定价的基本方法--无套利定价法、风险中性定价法。

[难 点]

金融工程的基本分析方法、金融产品定价的基本方法。

[基本要求]

- 1、识 记：基础衍生产品的概念、金融工程、无套利定价法、风险中性定价法。
- 2、领 会：基础衍生产品的收益曲线，金融工程的发展历史与背景、金融工程的基本分析方法。
- 3、应 用：金融产品定价的两种基本方法。

[实践与练习]

课后练习题 1.30 及 1.36。

第二单元 远期与期货（4 学时）

[授课内容]

远期与远期市场、期货与期货市场的运作、远期与期货的比较、金融远期和期货市场概述、远期价格和期货价格的关系、远期与期货的运用、运用远期与期货的对冲策略、对冲的原理和类型、对冲的优点和缺点、基差风险、运用远期与期货进行套利与投机等（教材第 2-3 章）。

[重 点]

远期与期货的比较、期货的保证金账户的运作、运用远期与期货的对冲策略。

[难 点]

期货的每日结算制度、交叉对冲。

[基本要求]

1、识 记：远期与远期市场、期货与期货市场、对冲的原理。

2、领 会：远期与期货的区别、远期价格和期货价格的关系、基差风险、运用远期与期货的对冲策略。

3、应 用：运用远期与期货进行套期保值、期货保证金账户资金变动、运用远期与期货进行套利与投机。

[实践与练习]

课后练习题 2.27, 2.29, 3.26, 及 3.31。

第三单元 远期以及期货的定价（4 学时）

[授课内容]

无收益资产远期合约的定价、支付已知现金收益资产远期合约的定价、支付已知收益率资产远期合约的定价、股票指数期货、外汇远期和期货、商品期货、期货价格和远期未来现货价格的关系等（教材第 5 章）。

[重 点]

基于各种标的资产的远期以及期货定价公式的推导。

[难 点]

商品期货的定价。

[基本要求]

- 1、识 记：远期以及期货的定价公式。
- 2、领 会：远期以及期货的定价公式的推导、期货价格和远期未来现货价格的关系。
- 3、应 用：应用公式给远期以及期货定价。

[实践与练习]

课后练习题 5.27 及 5.30。

第四单元 互换（2 学时）

[授课内容]

互换的定义、互换市场的概述、金融互换的种类、互换的定价、利率互换的定价、货币互换的定价、互换的风险、互换的应用、运用互换进行套利、用互换进行风险管理等（教材第 7 章）。

[重 点]

互换的定义、互换的定价、用互换进行套利、运用互换进行风险管理。

[难 点]

互换的定价、互换和远期的关系。

[基本要求]

- 1、识 记：互换、互换市场、利率互换、货币互换。
- 2、领 会：互换的种类、互换的定价、互换的风险。
- 3、应 用：利率互换的定价、货币互换的定价、运用互换进行套利、运用互换进行风险管理。

[实践与练习]

课后练习题 7.23。

第五单元 期权市场，性质，及交易策略（6 学时）

[授课内容]

期权的定义与种类、期权市场、期权交易机制、期权与其他衍生产品的区别与联系、期权的收益曲线、期权价格的性质、看跌-看涨平价关系式、期权交易策略及其运用等（教材 10-12 章）。

[重 点]

期权的收益图型、期权价格的性质、看跌-看涨平价关系式、期权交易策略及其运用。

[难 点]

期权价格的取值范围和影响因素的关系、看跌-看涨平价关系式的推导和理解、如何根据情况选择期权的交易策略及其收益曲线。

[基本要求]

- 1、识 记：期权和期权的收益曲线、看跌-看涨平价关系式、期权的交易策略及其收益曲线。
- 2、领 会：期权的分类、期权与其他衍生产品的区别于联系、期权交易机制、期权价格的性质、看跌-看涨平价关系式的推导及含义、期权的交易策略的使用条件。
- 3、应 用：期权及期权组合收益的计算、使用看跌-看涨平价关系式定价、期权的交易策略的选择及其收益曲线的计算。

[实践与练习]

课后练习题 10.25， 11.24， 及 12.24。

第六单元 期权定价的数值方法：二叉树期权定价模型（6 学时）

[授课内容]

无风险套利、风险中性定价、一步二叉树期权定价模型、多步二叉树期权定价模型（教材 13 章）。

[重 点]

各种标的资产的期权风险中性概率的确定、二叉树期权定价模型公式的推导。

[难 点]

美式二叉树期权定价模型、风险中性定价原理的理解。

[基本要求]

- 1、识 记：二叉树期权定价公式。
- 2、领 会：使用风险中性和无风险套利的方法给二叉树期权定价。
- 3、应 用：使用二叉树期权定价模型给期权定价。

[实践与练习]

课后练习题 13.20, 13.24, 并用 DerivaGem 练习。

第七单元 布莱克-舒尔斯-默顿期权定价模型（2 学时）

[授课内容]

布莱克-舒尔斯-默顿期权定价模型的基本思路及含义、隐含波动率等（教材 15 章）。

[重 点]

布莱克-舒尔斯-默顿期权定价公式。

[难 点]

布莱克-舒尔斯-默顿期权定价公式的推导及理解。

[基本要求]

- 1、识 记：布莱克-舒尔斯-默顿期权定价公式。

- 2、领 会： 布莱克—舒尔斯—默顿期权定价模型的含义。
- 3、应 用： 布莱克—舒尔斯—默顿期权定价公式给期权定价。

[实践与练习]

课后练习题 15.17。

第八单元 期权价格的敏感性和期权风险的对冲（4 学时）

[授课内容]

止损交易策略，期权风险的测度（Delta、Theta、Gamma、Vega、rho）、交易费用与套期保值、合成期权和投资组合保险等（教材 19 章）。

[重 点]

Delta、Theta、Gamma、Vega、rho 的含义和性质。

[难 点]

欧式期权的风险测度的公式；Delta、Theta、和 Gamma 的关系。

[基本要求]

- 1、识 记：Delta、Theta、Gamma、Vega、rho 的含义。
- 2、领 会：Delta、Theta、Gamma、Vega、rho 的性质。
- 3 应 用：期权和期权组合的价格敏感性分析。

[课外学习要求]

课后练习题 19.25 及 19.26。

《经济学导论》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ECON1001
课程名称:	经济学导论	英文名称:	Introduction to Economics

学分:	3	学时:	48
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程将介绍经济学的基本原理，培养学生运用经济学原理分析和思考问题的能力。经济学旨在分析社会对稀缺资源的管理。在大多数社会中，资源的分配是由千百万家庭和企业的决策共同决定的。因此，学习经济知识可以帮助人们做出更好的决策。

我们将把经济学粗略地划分为两部分：微观经济学和宏观经济学。微观部分关注个体行为以及他们在市场上的相互影响；宏观部分关注经济演变的大致趋势。在学期结束时，我们期待学生能领会到经济学原理在解释我们身边这个复杂的世界时所体现出来的“精炼，简单和美妙”。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
导言& 像经济学家一样思考	第 1 周 3 学时 第 1, 2 章	课堂教学、课后复习
微观部分		
1. 供给与需求	第 2 周 3 学时 第 4 章	课堂教学、课后复习
2. 弹性	第 3 周 3 学时 第 5 章	课堂教学、课后复习
3. 税收与政府政策	第 4 周 3 学时 第 6 章	课堂教学、课后复习
4. 福利经济学	第 5 周 3 学时 第 7,8 章	课堂教学、课后复习

5. 外部性和公共物品	第 6 周 3 学时 第 10,11 章	课堂教学、课后复习
6. 生产成本	第 7 周 3 学时 第 13 章	课堂教学、课后复习
7. 竞争	第 8 周 3 学时 第 14 章	课堂教学、课后复习
8. 垄断	第 9 周 3 学时 第 15 章	课堂教学、课后复习
9. 垄断竞争和寡头	第 10 周 3 学时 第 16,17 章	课堂教学、课后复习
宏观部分		
10. 衡量国内生产总值和生活费用	第 11 周 3 学时 第 23,24 章	课堂教学、课后复习
11. 经济增长	第 12 周 3 学时 第 25 章	课堂教学、课后复习
12. 失业	第 13 周 3 学时 第 28 章	课堂教学、课后复习
13. 货币	第 14 周 3 学时 第 29,30 章	课堂教学、课后复习
14. 总供给与总需求	第 15 周 3 学时 第 33 章	课堂教学、课后复习
15. 货币和财政政策	第 16 周 3 学时 第 34,36 章	课堂教学、课后复习

注：大纲视具体情况可能会有适当变化。

《金融学原理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1003
课程名称:	金融学原理	英文名称:	Principles of Finance
学分:	3	学时:	48
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

课程简介

本课程是金融辅修专业的一门专业理论必修课，侧重于帮助学生应该系统性掌握金融学的基本概念、基本理论、基本知识，从而为进一步深入学习其他金融辅修课程打下坚实的理论基础，并能用所学知识理解一些简单的现实金融问题。

课程目标

本课程主要介绍现代金融学的基本概念，基本理论，和基本知识，内容涵盖金融和金融体系、时间与资源配置、价值评估模型、风险管理与资产组合理论、资产定价、公司金融等。

通过本课程的学习，学生应该掌握基本的金融理论和金融运行机构，了解国内外最新发生的一些与金融较为密切的事件，通过对时间与资源配置、风险管理与资产组合理论、资产定价、公司金融等几个方面的学习，从总体上理解金融学的实际应用。

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一单元 金融学的基本概念（6个学时）

[授课内容]

金融学概述、金融资产（工具）、金融市场和投资银行业务、金融中介与银行体系、货币成本（利率）

第二单元 一般企业概念（6个学时）

[授课内容]

企业组织与税收环境、财务报表分析、财务计划和控制

第三单元 估值基本原理（12 个学时）

[授课内容]

货币的时间价值、金融资产估值、风险和收益率

第四单元 投资者决策（12 个学时）

[授课内容]

投资概念、证券估值和选择

第五单元 公司决策（12 个学时）

[授课内容]

资本成本、资本预算基础、资本结构和股利政策决策、营运资本管理

《商业统计原理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1004
课程名称:	商业统计原理	英文名称:	Principles of Business Statistics
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程是金融学辅修专业的一门理论必修课，这是一门统计学入门课程，和传统统计课程不同之处是本科重点介绍了统计知识在经济领域的应用。本课程有俩部分，第一部分是学习统计和概率的基本知识。这些知识将帮助我们

去理解统计分析工具的真正作用。第二部分是重点介绍怎么可以将这些知识应用在商业相关的统计领域来解决问题。

教学目的：

学期结束时，学生应该掌握：

用简单的图和数字表达统计结果，合理的收集数据，掌握常用的概率模型，会熟练使用简单的回归模型并且做出正确的应用。并且能正确的判断和解释模型里的任何参数。

三、教学内容、教学方式和学时安排

果堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章：随机事件与概率	第 9 周	课堂教学
第二章：随机变量及其分布	第 10 周	果堂教学
第二章：二维随机变量及其分布	第 11 周	果堂教学，布置作业
第五章：数理统计的基本概念	第 12 周	果堂教学,收作业
期中考试	第 13 周	考试
第六章：参数估计	第 14 周	果堂教学
第七章：假设检验	第 15 周	果堂教学，布置作业
第八章：回归分析	第 16 周	果堂教学，收作业
期末考试	第 17-18 周	

《财务分析原理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1005
课程名称:	财务分析原理	英文名称:	Principles of Accounting
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

总体目标

本课程是为非会计专业学生开设的课程，融合了学生将来从事经济工作必须掌握的基本会计知识，开设本课程的目的是让学生全面掌握财务会计的基本理论与基本方法。

教学目标

在会计教学中，本课程除了传授会计基础知识外，还应尝试培养学生认识问题和解决会计问题的能力，让学生了解会计所生产的信息所代表的经济含义。本课程的教学目的如下：

- (1) 掌握财务会计的基本理论与基本概念，如财务会计的特点、要素、前提、基本计量原则等。
- (2) 掌握确认、计量、报告各种经济业务对资产、负债、所有者权益、营业收入、费用、利润等会计要素影响的原理与方法。特别要理解对同一种经济业务的不同会计处理方法及其理由。
- (3) 掌握各种财务报告的作用、内容、编制及相互关系，特别要学会利用财务报告分析的技巧阅读、理解财务报告。

三、教学内容、教学方式和学时安排

教学内容

商业和会计环境

企业不同的组织形式。会计作为企业决策的基础的重要性。

财务会计框架

会计公式，复式记账法，现金记账和权责发生制，会计循环，掌握会计分录的编制及帐户的登记。掌握试算、调整有关的会计基本原则和前提。掌握结帐和编表。

基本会计原则和概念

编制报表的基本原则和概念

财务报表分析

报表分析的需求，报表分析方法，比率计算和分析。

周	日期	课时	内容
1		2	- Course outline - Introduction to financial accounting
2		2	- Introduction to the Day Books
3		2	- Introduction to the Ledgers
4		2	- Introduction to the Trial Balance
5		2	- Errors that affect the Trial Balance

6	2	-	Errors not affecting the Trial Balance
7	2	-	Review
8		-	Mid Semester Exam
9	2	-	Building the Financial Statements
10	2	-	Financial Statement Adjustments
11	2	-	Bank Reconciliation Statements
12	2	-	Control Accounts
13	2	-	Manufacturing Accounts
		-	Building The Financial Statements
14	2		With Incomplete Information
15	2	-	Analyzing Ratios
16	2	-	Review

《中级微观经济学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ECON1006
课程名称:	中级微观经济学	英文名称:	Intermediate Microeconomics
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

Economics presents you with a way of thinking. In this course, we will apply the economic way of thinking to help consider how markets allocate resources to where they are most wanted; why prices rise and fall; what effects government intervention has on allocation and prices, why businesses start up and go out of business, and what advantages and disadvantages there are to competition. The main objective of this course is to help you learn to think like an economist and to be able to apply this thought process to a variety of human behavior. Topics include consumer theory and theory of the firm; price and output determination in different market structures; game theory; externalities; public good, and information theory.

三、教学内容、教学方式和学时安排

*Problem sets will be assigned on these dates.

Week	Topic	Chapters	Lecture (Dates)
Consumer Theory			
1	Preferences, Utility	3, 4,	
2	Choice, Demand	5, 6,	
3	Budget Constraint, Consumer's surplus, Market Demand	2, 14, 15	
Producer Theory			
4	Technology, Profit Maximization	19, 20	*
5	Cost minimization, Cost Curve	21, 22	
6	Firm Supply, Industry Supply	23, 24	
Markets			
7	The Market, Equilibrium	1, 16	
8	Monopoly	25	*
9	Mid-term exam		
10	Cournot Oligopoly, Stackleberg	28	
11	Game Theory, Game Application	29, 30	
12	Behavioral Economics	31	*
Market failure			
13	Externalities	35	
14	Public Goods	37	
15	Information Technology	36	
16	Asymmetric Information	38	*
17	Final Exam		

《创业导论——机会:识别、评估和扩张（机会识别和优化模块）》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1001
课程名称:	创业导论——机会:识别、评估和扩张（机会识别和优化模块）	英文名称:	Introduction to Entrepreneurship—Opportunities: Identification, Assessment & Expansion (Opportunity Identification and Refinement Module)
学分:	1	学时:	16

授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

The purpose of this course is to provide entrepreneurs a set of tools to identify, assess and expand opportunities: i.e. do you have a cool idea, a business opportunity or an exponential growth opportunity? Covered in this 3-module course are: Opportunity Identification and Refinement, Criteria for Opportunity Assessment including financial analysis and Market Scoping. These modules can be taken in any order with minor adjustments to the opening & closing of the modules to transition among the modules.

In this module (Opportunity Identification and Refinement), the learning objectives are the following:

? Understand the differences between market-pull and technology-push opportunities associated with academic and technology entrepreneurship

? Identify and refine potential entrepreneurial opportunities

? Become familiar with basic tools to understand the customer pain and value proposition and how best to generate value for customers

? Assess personal fit for pursuing technology entrepreneurship

三、教学内容、教学方式和学时安排

This module is based on 8 sessions and takes place over 8 weeks.

Session 1. Introduction

- Module overview: what is unique about academic and technology entrepreneurship?
- What is the difference between market-pull vs technology-push opportunities?
- How do you create venture opportunities from novel technologies?

Session 2. Reflection

- Why are you interested in entrepreneurship?
- What is your identity: science or business?
- Ability to scale

Sessions 3. Customer pain

- What is customer pain?
- What problem do you want to solve?
- Why should you care about this?

Sessions 4. Value Proposition

- What are the main value propositions?
- Are there others you would add that are specific only to China?
Give it a name, define it, provide examples, and justify why it is a different value proposition than those already on the list.

Session 5. Revenue models

- What are the main types of revenue models?
- What are revenue models applicable for technology entrepreneurship?
- How can you refine the initial opportunities?
- What criteria should be used to determine which opportunities are worth pursuing?

Session 6. Validation

- How do you verify your business opportunities?
- What kind of market tests can you proceed to validate your hypotheses?

Session 7. Presentation

- Student presentations of their opportunity identification and refinement assignments
- Students will display their opportunity concepts to the rest of the class in an “Expo format.”

Session 8. Summary

- What kind of technology entrepreneur do you want to be?
- How do you know if your opportunity can scale?
- Wrap up and discussion of key takeaways from module

《人类行为科学 I：基本心理学理论及方法》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1005
课程名称:	人类行为科学 I: 基本心理学理论及方法	英文名称:	Science of Human Behaviors I: Fundamental Psychological Theories and Methodology
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

作为创新和创造就业的催化剂，企业家精神对个人、家庭、社区和国家各级的繁荣和幸福具有重要意义。然而，创业本质上是与心理息息相关的：它需要远见、意图和构思及实现商业理念。通过人们的思考、感情和行为，企业们整合人力和财力资源，组织、生产和营销产品和服务，为客户和员工创造价值。在本课程中将侧重于一些基本的科学理论和方法。通过这些理论和方法帮助你理解人们是如何根据他们的社会文化环境来进行思考、感受和行为的。本课程将着重培养批判性和综合性思维方式，从而对初创公司的建立和成功有更深刻的了解。大多数企业家都是从一个梦想开始。而几十年的研究可以证实，实现这一梦想需要一些心理相关的实际办法。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 心理学作为一门科学：心理学到底是关于什么的？	第一周 第 1 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论

第二章 人的实验：揭示人类情感、思想和行为的基本原则	第一周 第 2 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第三章 社会动物：他人会如何影响我们的思想和行为？	第二周 第 3 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第四章 自我审查：为什么我们不表达自己的真实想法和感受呢？	第二周 第 4 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第五章 不自知：为什么我们没有想象中这么了解自己？	第三周 第 5 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第六章 情感的两面性：我们什么时候应该听从自己的内心？	第三周 第 6 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第七章 具身认知：为什么人工智能如此难实现？	第四周 第 7 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第八章 动机和目标：制定有效目标的艺术和科学。	第四周 第 8 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论

《工程创新实验室》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1006
课程名称:	工程创新实验室	英文名称:	Engineering InnoLab
学分:	3	学时:	80
授课对象:		授课语言:	英语

先修课程:	
-------	--

二、课程简介和教学目的

Engineering InnoLab Projects are intended to provide students with the opportunity of working as a project team on a real project for a real client in a collaborative environment. The challenges may from JnJ(强生). The challenges are really cool, and include all the DT, HCD elements that we want for a great class. Both challenges include connected devices, so there's also the need/opportunity to do some APP development as well. Students are expected to help develop prototypes to support a real corporate client business need. Ideally, these prototypes will be taken forward into a Corporate InnoLab challenge in the Summer term.

The outputs will be in the form of prototypes (ideally minimum viable prototypes or better), to the client plus any supporting documentation that might be required by individual projects. The teams will follow an iterative rapid prototyping methodology and work in teams of 2-6 students to complete the course. This will include the use of basic Design Thinking principles to understand the needs of the user and determine how best to leverage the basic technology to deliver the desired user benefit. Note that the technology will be provided by the corporate client and/or professor.

The Engineering InnoLab Project will consist of three key touch points for contact between the client and the students:

- i. the client presentations (or 'kick-off') where students will learn about the project in detail and have an opportunity to ask the client questions;
 - ii. mid-point where the client will come to campus and spend a minimum of 30 minutes with each team and the IL2 Coach to check progress, seek guidance and ask for further clarity;
 - iii. final presentations in front of the client and EIL Coach.
- Students are also expected to meet twice per week with their EIL Coach.

There will be a maximum of five teams per client and the teams will be in competition with each other such that the grading will be directly aligned to the ranking of the teams by the client and EIL Coach. Learning Outcomes

On completion of this course, students should understand and do the following:

- 1 Apply all the tools and techniques you learned in your Design Thinking course, including critical thinking and prototyping

- 2 Understand the expected benefits of the desired product, identify technical trends affecting the industry, develop real prototypes for a specific problem
- 3 Conduct and manage the project including considerations of market, product or service, supply chain, and basic economics
- 4 Critically analyze the client's situation and question and produce a solution that both meets the client's stated needs but also, as appropriate, their unstated ones.
- 5 Work in a dynamic team environment to complete a project or business challenge for a client. Partner with team members to leverage all team member strengths, and meet all client expectations and deliverables.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Engineering InnoLab Projects are intended to provide students with the opportunity of working as a project team on a real project for a real client in a collaborative environment. Students are expected to help develop prototypes to support a real corporate client business need. Ideally, these prototypes will be taken forward into a Corporate InnoLab challenge in the Summer term.

The outputs will be in the form of prototypes (ideally minimum viable prototypes or better), to the client plus any supporting documentation that might be required by individual projects.

The teams will follow an iterative rapid prototyping methodology and work in teams of 2-6 students to complete the course. This will include the use of basic Design Thinking principles to understand the needs of the user and determine how best to leverage the basic technology to deliver the desired user benefit. Note that the technology will be provided by the corporate client and/or professor.

The Engineering InnoLab Project will consist of three key touch points for contact between the client and the students:

- i. the client presentations (or 'kick-off') where students will learn about the project in detail and have an opportunity to ask the client questions;
- ii. mid-point where the client will come to campus and spend a minimum of 30 minutes with each team and the IL2 Coach to check progress, seek guidance and ask for further clarity;
- iii. final presentations in front of the client and EIL Coach.

Students are also expected to meet twice per week with their EIL Coach.

There will be a maximum of five teams per client and the teams will be in competition with each other such that the grading will be directly aligned to the ranking of the teams by the client and EIL Coach. Learning Outcomes

On completion of this course, students should understand and do the following:

- 1 Apply all the tools and techniques you learned in your Design Thinking course including critical thinking and prototyping
- 2 Understand the expected benefits of the desired product, identify technical trends affecting the industry, develop real prototypes for a specific problem
- 3 Conduct and manage the project including considerations of market, product, service, supply chain, and basic economics
- 4 Critically analyze the client's situation and question and produce a solution that meets the client's stated needs but also, as appropriate, their unstated ones.
- 5 Work in a dynamic team environment to complete a project or business challenge for a client. Partner with team members to leverage all team member strengths to meet all client expectations and deliverables.

《商业计划》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1005
课程名称:	商业计划	英文名称:	Business Plan
学分:	2	学时:	64
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

(课程第一周为 Business Plan 的理论教学，第二周将与瑞士西部应用科技大学的研究生共同组队学习。)

对于企业家来说，有效的商业计划书展现深思熟虑的商业点子。要写出一份好的商业计划书，企业家必须思考和规划整个创业过程：设计产品，定义目标客户，识别和验证公司的核心能力和价值主张，创建

商业模式，示范产品的设计和生 产，最后展示你的商业点子的规模可 扩展性。本课程教授学生如何提炼创 业点子并撰写有效的商业计划书。授 课将分为两部分进行。第一部分以教 授讲授为主。学生将学习商业计划书 准备和撰写过程中需要注意的事项并 进行练习。第二部分以学生体验式学 习为主。学生将被分入不同小组，参 加为期一周的国际商业计划竞赛。在 比赛期间，学生将被要求模拟创业团 队，在有限的资源和规定的时间内， 在一个给定的主题内产生一个创业点 子，围绕这个点子完成商业计划的整 个流程并做项目展示（Pitch）。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一部分 流程启动 <ul style="list-style-type: none"> 为什么计划？ 	第一周第 1 天 4 学时	课堂教学、课后复习 (练习)
第二部分 在制定计划之前该做什么？ <ul style="list-style-type: none"> 发展和筛选想法 可行性分析 		
第三部分 准备商业计划书 <ul style="list-style-type: none"> 介绍材料 行业分析 市场分析 营销计划 	第一周第 2 天 4 学时	课堂教学、课后复习 (练习)
第三部分 准备商业计划书 <ul style="list-style-type: none"> 管理团队和公司结构 运营计划 财务预测 	第一周第 3 天 4 学时	课堂教学、课后复习 (练习)
第四部分 综合所学 <ul style="list-style-type: none"> 商业计划书演讲 	第一周第 4 天 4 学时	课堂教学、学生演讲

商业计划书比赛	第二周全周 56 学时	体验式学习教学：教师现场辅导；学生动手实践、现场完成项目
---------	----------------	------------------------------

《创业理论》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1005
课程名称:	创业理论	英文名称:	Entrepreneurship Theory
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

This course introduces you to three classic economic theories of entrepreneurs, as well as to a selection of extensions and applications. While conventional microeconomics focuses on equilibria and comparative statics, entrepreneurship theory is about entrepreneurial action as the driving force of change in an evolving and dynamic market process. The behavioral focus is also different. Equilibrium models tend to assume utility-maximizing consumers and profit-maximizing producers. Entrepreneurship theory, on the other hand, focuses on the production side and uses assumptions such as the entrepreneur as the source of new combinations of production factors, as the uncertainty-bearing residual claimant, or as the alert discoverer of profit opportunities.

This course aims to familiarize students with theories that claim that a wide range of common market phenomena are all aspects of entrepreneurship, for example profits, losses, innovation, speculation, and arbitrage. The relationships between entrepreneurship and extra-economic factors such as institutions, space, and culture are also examined in this course.

三、教学内容、教学方式和学时安排

(Tentative; changes may apply.)

This is an eight-week course that commences in lecture week No. 9.

Topics	Reference	Teaching week	Lectures
Introduction to entrepreneurship	-	9	1 and 2
Entrepreneurship theories with complementary frameworks and concepts			
1. Schumpeter's theory	Schumpeter (1934)	10	3 and 4
1. Knight's theory	Knight (1921); Foss and Klein (2012)	11	5 and 6
1. Kirzner's theory	Kirzner (1973)	12	7 and 8
1. Institutional and spatial extensions	Harper (2003); Andersson (2005)	13	9 and 10
1. Spontaneous orders and system constraints	Andersson (2008); Koppl and Whitman (2004)	14	11 and 12
Practical discussions			
Entrepreneurship and the evolution of cities	Holcombe (2012); Andersson (2014); Ikeda (forthcoming)	15	13 and 14
Productive and destructive entrepreneurship; policy implications	Olson (1982); Chen and Ku (2016)	16	15 and 16

《商业决策和技术创新》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1006
课程名称:	商业决策和技术创新	英文名称:	Business Strategy and Technological Innovation
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

Hi, all. Welcome to my class on Business Strategy and Technological Innovation. Imagine that you are a CEO or takes a seat in the top management team of a big firm. You see that almost every month your competitors attempt a new thing to take a share of consumers from your side. Environment changes fast and some entrant firms brings a new technology that can potentially replace the whole business of your company in the future. Now you ask to yourself: what shall we do to survive? Business strategy is a set of answers a firm finally comes up with to this question.

Why do some firms outperform others? What actions major firms take for technological innovation and sustainable growth? How do firms push the scientific frontier while continuing to attract a lion's share of consumers from existing markets? If you have ever wondered those, you are in the right place. This course introduces a series of challenges and strategic options frequently faced by managers of innovative firms.

While this course primarily introduces you a set of frameworks and tools used by firm managers, the concerns about a firm's survival and growth naturally lead to the interests in innovation. Because it does not only help a firm outperform current competitors, but also becomes an important seed for the growth opportunity in the future. However, innovation is surely not an easy task. Therefore, it increasingly becomes a team work among various players in the field of innovation including small startups, large firms, universities and research institutions and governments. With special focus on innovation, this course is designed to understand what challenges and tasks business managers, founders and CEOs face and how they individually or collaboratively deal with fast-changing environmental conditions.

We have three goals for this course. First, this course is designed to help you develop skills and frameworks to analyze competitive environment surrounding a firm and business opportunities. To come up with a strategy that will determine the future of a firm, of course you first need to know where you are. Second, this course will introduce the recent trend of business actions taken by a majority of large firms seeking innovation and sustainable growth. Finally and equally importantly, by introducing the business strategies of successful firms, I hope that this course equips you with a set of skills required for top managers of an innovative firm and provides you a chance to think about own career paths in the field of innovation and business.

Note that this course design depends highly on the active participation from students. The course broadly covers seven topics that span the field of business strategy and innovation, each of which consists of two modules. The instructor mainly leads the first module

introducing relevant frameworks, concepts, and cases. The second module is primarily led by a “learning team,” a student team responsible for preparing a business case relevant to a topic and leading group discussions of students. Each learning team is supposed to talk to instructor in advance to confirm a firm case and a set of questions to be used for group discussions.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Date	Session	Topic	Assignment
I. Main Concepts of Strategy and Frameworks			
	1-1	Introduction to Strategy and Innovation <ul style="list-style-type: none"> • Course overview • Business strategy • Types of innovation 	
	1-2	Basic concepts of strategy and useful frameworks Group discussion	1-page bio
II. Competition Strategy			
	2-1	Analyzing competitive advantage <ul style="list-style-type: none"> • Revenue models and value proposition 	
	2-2	Analyzing competitive advantage <ul style="list-style-type: none"> • Firm capabilities, niches 	
	3-1	Strategic alliances <ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing and opportunity exploration • Types of alliances 	1-page report on competitive advantage
	3-2	Strategic alliances <ul style="list-style-type: none"> • Open innovation *Learning team PT & group discussion	

	4-1	Platform business <ul style="list-style-type: none"> • Network-based strategy • IoT, O2O business • Technology convergence 	1-page report on strategic alliance
	4-2	Platform business <ul style="list-style-type: none"> • Technology convergence *Learning team PT & group discussion	
III. Sustainable Growth			
	5-1	Intellectual property management <ul style="list-style-type: none"> • Intellectual property rights (IPR) • Strategic patenting 	1-page report on platform business
	5-2	Intellectual property management <ul style="list-style-type: none"> • Non-market strategy • Technology commercialization *Learning team PT & group discussion	
	6-1	Corporate Entrepreneurship <ul style="list-style-type: none"> • Technology sourcing Goals and Types of corporate entrepreneurship	1-page report on intellectual property management
	6-2	Corporate Entrepreneurship <ul style="list-style-type: none"> • Partnership with academia and government *Learning team PT & group discussion	
	7-1	Stakeholder management and business expansion <ul style="list-style-type: none"> • Open innovation • Community building • Strategic CSR in China 	1-page report on corporate entrepreneurship

	7-2	Stakeholder management and business expansion - Branding & Internationalization *Learning team PT & group discussion	
	8-1	Innovation and human capitals • Knowledge production • Team organization • Conflicts within a firm seeking innovation	1-page report on stakeholder management
	8-2	Innovation and human capitals • Hiring and retaining innovative workers *Learning team PT & group discussion	
	9-1	Final exam review week	Course evaluation
	9-2	Final exam review week	Learning team final case analysis paper

《设计和领导创业机构》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1007
课程名称:	设计和领导创业机构	英文名称:	Designing and Leading an Entrepreneurial Organization
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

创业者所面临的管理挑战之中，在创业之初最无法“外包”给其他专业人士的可能是关于人的组织管理。如何寻找和识别合适的创业伙

伴、如何吸引招揽人才、如何进行招聘、如何设计组织结构和激励体系、如何领导团队、如何打造一个成功的组织，诸如这些难题，不论创业者本身的背景、偏好和在团队里的分工，在创业初期都无法假手他人。这门课程将学习关于组织、团队、行为、领导力、激励等基本的概念和理论，了解相关的研究发现，围绕创业的组织设计、人才管理、团队和领导力问题进行探讨和练习。

课程涉及对创业有用的管理学（人力资源管理）、社会学、心理学的相关基本知识，但重在学习系统地、分析地思考管理问题，提升在创业活动中进行组织设计、人力资源管理、领导团队的能力。

希望通过本门课程的学习，学生可以：

了解组织管理相关学科中最有助于创业活动的基本概念、理论和事实，例如动机、团队动态、领导力、组织文化等。

运用所学知识到创业中遇到的实际问题：寻找和识别创业伙伴、招聘、组织结构和薪酬体系的设计、领导团队、打造成功组织。

能够分析、评价和制定创业组织的人力资源管理策略。

三、教学内容、教学方式和学时安排

周次	主题	内容
1	课程介绍	课程内容安排；教学方式和目标
2	创业企业招聘	招聘中最应该关注的个体差异；如何对个体差异进行测量（筛选）；初创企业如何开展有效的招聘活动
3	如何进行面试	结构化面试如何操作
4	初创企业薪酬设计	激励和动机，成就需求、自我效能 如何设计薪酬体系，如何设计有效的绩效测评
5	创业生活平衡	个人价值观，工作生活平衡 创业与家庭，创业与健康
6	监控人员流动	工作态度、离职率、工作满意度 员工为什么要离职？如何控制自愿离职？
7	嘉宾演讲 (主题待定)	外请创业者嘉宾
8	组建核心团队	资源地图、社会网络理论、同质性和异质性 团队的最优组成。如何找人？
9	创业与伦理	利益相关者理论；创业的各个利益相关者；社会创业；创业中的不道德行为

10	权力与影响方式	权力的分类，如何有效地领导，影响他人的技巧
11	创业企业文化	如何有效地表述愿景并通过愿景进行领导？如何打造成功的企业文化
12	创业领导力	信任、承诺、领导力
13	设计组织结构	如何设计创业企业组织结构
14	创新管理	如何提高参与感激励分享？如何结构化参与过程提升效率？如何鼓励创新行为？
15	小组报告日	各小组报告小组项目成果
16	创业者的职业生涯	创业动机、职业生涯规划

这门课程的学习是参与式的。指导教师将尽量在课堂上融合多样的学习技巧，营造一个开放式的、充分交流和互相尊重的学习氛围，适时地给予学生反馈。概念和理论通过对材料的讨论和学生自己的经历（课堂上以及练习中触发的经验）学习。技能和工具在课堂、练习作业和小组项目中得到练习。

材料包括案例、书的章节或报刊杂志等阅读材料，视频材料。

《创业营销》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1002
课程名称:	创业营销	英文名称:	Entrepreneurial Marketing
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程为学生做一个创业营销学的基本介绍。课程分为两部分。第一部分内容覆盖了与创业公司和初创企业家相关的营销学的基本概念。初创企业在发展过程中必然会面对市场竞争。课程的第二部分讲解了常见的几类市场竞争的模型。修完本课程后，学生将会能够 a) 对创业营销的不同方面有一个扎实的了解； b) 有效的运用模型来量化和分析不同形式的市场竞争。

三、教学内容、教学方式和学时安排

本课程为学生做一个创业营销学的基本介绍。课程分为两部分。第一部分内容覆盖了与创业公司和初创企业家相关的营销学的基本概念。初创企业在发展过程中必然会面对市场竞争。课程的第二部分讲解了常见的几类市场竞争的模型。修完本课程后，学生将会能够 a) 对创业营销的不同方面有一个扎实的了解； b) 有效的运用模型来量化和分析不同形式的市场竞争。

三、教学内容

课堂教学内容	上课日期
基于证据的营销&品牌如何成长	第 1 周
如何增长顾客基数&哪些顾客最重要	第 2 周
买家是不同的&你在真正和谁竞争	第 3 周
热烈的消费者承诺&产品差异化	第 4 周
广告简介	第 5 周
价格活动和会员制度	第 6 周
复习	第 7 周
期中考试	第 8 周
垄断市场	第 9 周
博弈论的基本概念	第 10 周
伯特兰德竞争	第 11 周
古诺竞争	第 12 周
霍特林模型	第 13 周
Circle 模型	第 14 周
复习	第 15 周
期末考试	第 16 周

注：大纲视具体情况可能会有适当变化。上课日期如有变化将另行通知。

《新技术企业》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1008
课程名称:	新技术企业	英文名称:	New Technology Ventures
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

这门课程面向自然科学和工程背景的学生介绍如何发现有价值的商业机会和将技术创新成果商业化的理论和实践。我们将会细致研究创业的过程，包括识别具有高商业潜力、高技术含量的商业机会，汇集人才和资本等资源，有纪律地进行决策来管理快速增长和重大风险。整个课程中，我们会使用案例教学、课堂讲授和讨论、公司参观和访谈的方式，向同学们介绍成立和发展技术企业所必须的工具和技能。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
教学的主要内容包括新技术企业创立和发展过程中的定位、管理和融资问题。	<p>一共 8 周，每周 1 节课。</p> <p>第一周，机会识别和评估，精益创业。</p> <p>第二周，竞争和创新战略分析，包括技术研发、营销、和产品发展。</p> <p>第三周，公司访问或访谈讲座。</p> <p>第四周，知识产权管理，组织和运作管理。</p> <p>第五周，风险资本和技术企业融资。</p>	<p>课堂授课，案例教学，课堂讨论，和学员演示。</p>

	<p>第六周，技术企业组织模式，包括组织结构和人力资源管理。</p> <p>第七周，公司访问或访谈讲座。</p> <p>第八周，技术企业的规模发展。</p>	
--	--------------------------------------------------------------------------------	--

《医疗器械质量管理导论》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1007
课程名称:	医疗器械质量管理导论	英文名称:	Introduction to Quality Management Systems (QMS) and Quality Assurance (QA) for Medical Devices
学分:	1	学时:	16
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

Course Description

This is an introductory course for students interested in quality assurance (QA). The course provides an overview of concepts in quality management system (QMS) that can be used in any business, as well as the quality assurance elements and regulatory requirements for the medical device industry. Topics include:

? Concept of quality, and the development of the International Organization for Standards (ISO).

? Overview of quality management system as specified in ISO9001.

? Overview ISO13485 for medical devices quality management systems – requirements for regulatory purposes.

Course Objectives

Upon completion of the course, the student should be able to explain why quality assurance is important, know the basic concepts and understand the common terminology of quality management.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Day 1 (Morning): History/development of quality assurance.

Day 1 (Afternoon): Overview of ISO9001.

Day 2 (Morning): Overview of ISO13485.

Day 2 (Afternoon): Class discussion, project/exam.

《量化金融》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1001
课程名称:	量化金融	英文名称:	Quantitative Finance
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程讲授初级量化金融知识，以帮助学生了解各类金融产品以及金融中常用的基本量化方法。

三、教学内容、教学方式和学时安排

学分：2. 学时：32. 每周一周三授课。

内容与课时

衍生证券和风险管理

3

初等概率统计	4
投资组合与资本资产定价模型	4
利率和债券	3
远期与期货	4
期权	2
二叉树模型，无套利定价，风险中性定价	5
Black-Scholes 模型	5
波动率微笑	2

《投资和金融市场》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1002
课程名称:	投资和金融市场	英文名称:	Investment and Financial Market
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

课程首先介绍全球金融市场体系，然后系统讲解货币市场、资本市场（包括债券市场、股票市场）、外汇市场、黄金市场、衍生品市场等，针对每一类金融市场进行中外对比讲解。并对每一类金融市场的相关金融产品投资进行说明，最后介绍跨市场投资策略。课程致力于使学生认识金融市场本质和发展过程，并注重培养学生如何金融数据库（包括万得数据库等）深刻认识各类金融市场及其投资。了解中国金融市场与投资发展的现状及主要问题。理解各类金融市场的业务特点、风险来源、金融监管等，明显提高学生分析金融市场及进行相关金融产品投资的能力。

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一章 金融体系全貌--金融市场、金融机构、金融产品投资

1. 4 课时

2. 讲解金融体系基础、金融体系的特征与类型、我国的金融体系、发达国家的金融体系、国际金融体系及其发展。
3. 掌握金融市场体系当前现状和全球金融市场体系设计机制、能够理解和使用国内外各类金融市场的相关资源。
4. 讲解与讨论相结合，学生课上听讲与课下组成小组讨论、练习相结合，探索各类数据与模型的获取方法。
5. 能够掌握金融体系概况，讲解万得数据库、Bloomberg（彭博）数据库基本使用方法，快捷获取全球金融市场和金融产品数据、宏观经济数据和企业财务数据等。

第二章 货币市场与投资

1. 4 课时

2. 讲解货币市场基本理论和运行规则，并讲解货币市场两个案例
(1) 余额宝与 Paypal 货币基金的不同命运；(2) 美联储与中国人民银行在应对金融危机过程中的政策工具对比分析。难点在于通过分析美国货币市场发展过程和特点，理解中国货币市场的未来发展方向。
3. 通过案例掌握中美两国货币市场的特点，能够实时对央行货币政策进行分析和预判，理解中国货币市场的未来发展方向，提升货币市场理解力。讲解货币市场产品及投资方法。
4. 讲解与案例分析相结合，学生课上学习并讨论，针对案例进行深入分析和理解训练。
5. 学生课外重点查询案例相关资料和货币市场最新发展动态。

第三章 资本市场 1（债券市场与投资）

1. 4 课时

2. 讲解债券市场基础理论，理解中国债券市场的现状与发展方向，理解债券市场在金融资源配置方面的作用机制。
3. 比较中美两国债券市场的特点，能够对中美两国债券交易市场进行分析，理解中国债券市场的未来发展方向，提升对债券市场理解力。讲解债券市场金融产品与投资方法、投资策略)
4. 讲解与案例分析相结合，学生课上学习并讨论，针对案例进行深入分析和理解训练。

5. 学生课外重点查询债券市场数据和最新发展动态。

第四章 资本市场 2（股票市场与投资）

1. 8 课时

2. 讲解股票市场基础理论和案例，通过对比分析中美两国股票发展的新特点，理解中国股票市场的发展方向，理解股票市场在金融资源配置方面的作用机制。

3. 通过案例掌握中美两国股票市场的特点，能够对中美两国股票交易市场进行分析，理解中国股票市场的未来发展方向，提升对股票市场理解力。讲解股票市场投资方法、投资策略，及智能投顾发展趋势。

4. 讲解与案例分析相结合，学生课上学习并讨论，针对案例进行深入分析和理解训练。

5. 学生课外重点查询案例相关资料和股票市场最新发展动态。

第五章 外汇市场与投资

1. 4 课时

2. 讲解外汇市场基础理论和案例纽约与伦敦外汇市场的发展之路对比分析。难点在于通过对比分析美英两国外汇市场发展的不同道路，理解外汇市场的本质和发展方向，理解外汇市场在金融市场中的地位和作用。

3. 通过案例掌握美英两国外汇市场的特点，能够对外汇市场进行分析，理解外汇市场的发展方向，提升对外汇市场理解力。讲解外汇市场产品与投资方法。

4. 讲解与案例分析相结合，学生课上学习并讨论，针对案例进行深入分析和理解训练。

5. 学生课外重点查询案例相关资料和股票市场最新发展动态。

第六章 黄金市场与投资

1. 4 课时

2. 讲解黄金市场基本理论知识和美国黄金市场与伦敦苏黎世的较量。难点在于通过分析美国黄金市场与伦敦苏黎世的较量过程，理解美国

如何在黄金市场上获取竞争优势，理解黄金市场在特定的历史阶段的地位和作用，及相关影响因素。

3. 通过案例掌握美国黄金市场的崛起过程和特点，能够对黄金市场进行分析，理解黄金市场的发展本质和趋势，提升对黄金市场理解力。讲解黄金市场投资方法和策略。

4. 讲解与案例分析相结合，学生课上学习并讨论，针对案例进行深入分析和理解训练。

5. 学生课外重点查询案例相关资料和美国黄金市场与伦敦苏黎世黄金市场的最新发展动态。

第七章 衍生品市场与投资

1. 4 课时

2. 讲解衍生品市场基本理论知识和运行特点，以及案例衍生品市场的需求与繁荣。难点在于通过分析衍生品市场的需求来源与繁荣的过程，理解衍生品市场的作用和意义，理解衍生品市场的地位和相关影响因素。

3. 通过案例掌握衍生品市场的需求，能够对衍生品市场进行分析，理解衍生品市场的发展本质和趋势。讲解衍生品市场投资方法和策略。

4. 讲解与案例分析相结合，学生课上学习并讨论，针对案例进行深入分析和理解训练。

5. 学生课外重点查询案例相关资料和各类衍生品市场的最新发展动态。

《创造力智慧》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1008
课程名称:	创造力智慧	英文名称:	Nurturing Creative Intelligence
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:	设计思维：应用创新		

二、课程简介和教学目的

Nurturing Creative Intelligence, is a college level course that examines the creative process and nurtures innovative thinking.

This hands-on workshop examines the basic principles and practices that underlie creative and innovative thinking in multiple disciplines. Masterworks of art, architecture, music and design will serve as entry points for exploration and discussion. Emphasis will be given to works that link the arts and sciences.

The workshop will culminate with the development of template for innovative practices that can be used across disciplines.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Learning About Learning

Part I

New Ways of Seeing

Selected paintings by Kandinsky, Klee, Miro and Cezanne

1 “Unfinished Sculptures” by Michelangelo

The Mind-Body Connection

2 “Ghost Catching” virtual dance by Bill T. Jones

“Violin Concerto” Choreographed by George Balanchine

Frames of Reference

3 “Ellis Island Book of Days” by Meredith Monk,

“Fanny and Alexander” by Ingmar Bergman

4 **Simultaneities**

“The Art of the Fugue” by J.S. Bach

Music and Mathematics: Music at the Speed of Light

- 5 “Quartet for Strings”, K.456 by W.A. Mozart
“Requiem” K. 626 by W.A. Mozart

The Medium Is The Message

- 6 “Einstein On The Beach” by Robert Wilson

Beyond The Machine

- 7 Multimedia and interdisciplinary work

Mid-Term Summary & Discussion,

8

Nurturing Creative Intelligence

Part II

- 9 **Development of Group Project**

- 10 **Introduction to “Multiple Intelligence Theory”**

- 11 **Introduction to “Flow”**

- 12 **Presentation of Group Projects**

《商务写作》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	02011
课程名称:	商务写作	英文名称:	Business Writing
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

The vast majority of business communication is carried out through email these days. But due to time pressures, cultural and individual differences, and even different working backgrounds, many emails can end up unclear. Not only can this waste time with back and forth communication, but conflict can even arise as the intent of a message is misinterpreted. This course has therefore been designed to reduce miscommunication by introducing a variety of techniques designed to achieve understanding, adapt emotional impact, and receive faster responses.

This course introduces two main areas; writing skills and structures. In the first half of the course we focus mainly on the different writing skills required to enhance clarity, shorten message length, adapt emotional impact and customise the style of writing to different readers. In the second half we then introduce the different types of structures we can use for the various situations we encounter at work.

At the end of this course students will be able to reduce miscommunications and time spent writing emails, and ultimately increase their influencing skills through written communication.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Module 1	Increasing Written Professionalism	3 hrs	Every email we write leaves an impression on the reader. There are many things that build this impression, such as the time we respond, the words we use, the way we present information and so on. For our emails to always leave the best possible impression, we can follow the 9 Rules of Professionalism. These 9 rules are broken down into 3 categories of preparing, writing and proofreading. By following these simple steps for every email, we can be sure that all the emails we write are as professional as possible.
Module 2	Tailoring to Your Reader	3 hrs	For best results, we need to adapt our emails to the reader. In order to do this, first we need to analyse our reader to understand more about their preferences, understanding levels and needs. We can use the USBC model to help us identify all of the important things we need to know. When we've analysed our reader, we can write more

			confidently knowing that our message is going to be received positively.
Module 3	Positive Vs Negative Language	3 hrs	It's not what you say, but how you say it. Sometimes we have bad news to deliver, but that doesn't mean it has to sound like bad news. By understanding the differences between positive and negative language, we can have more control over how the other person feels about our message. All we have to do is choose the right words to convey our message, and we'll greatly increase our ability to influence others.
Module 4	Direct Vs Indirect Language	3 hrs	In some cultures we say what we say what we mean. And in other cultures, the way we say something is more important than what we say. To communicate most effectively, we need to understand both direct and indirect styles. This understanding allows us to easily interpret other people's meanings, as well as adapt our style so as match the other person's preferences. Furthermore, this gives us the ability to express our thoughts more clearly.
Module 5	Achieving Understanding	3 hrs	Communicating with clarity means the other person understands what we mean. To achieve this common understanding, we need to go through a process of clarifying our own thoughts, choosing the right words, and structuring the words in a way the other person can follow. When we follow this process, every word we use has value, and the other person will understand our meaning exactly in a very short space of time.
Module 6	Being Concise	3 hrs	Great business writers make every word count. This means that every single word used is of value, no words are used redundantly. IRO is a tool that can help us analyse every part of our email and remove anything we don't need, leaving only what is necessary to get our point across in the most efficient way possible. When we do this, our messages become easier to read, and we get more and faster responses from our readers.
Module 8	Giving Bad News	3 hrs	Bad news can be presented in a positive way that's easy for the reader to accept. All we need to do is balance the amount of positive and negative language we use, as well as carefully structure the way we present our message. With both of these things in mind, sending people bad news becomes easier for us, and easier for them, and can result in improved working relationships.

Module 9	Handling Written Complaints	3 hrs	Complaints can be handled with ease when we know what we are doing. By demonstrating understanding of their needs and commitment to solving their problems, we can effectively respond to complaint emails. To do this, we can follow a simple structure that we can use for all responses to complaints. This structure will make it easier to write emails, and also help to quickly rebuild trust.
Module 10	Creating Buy-In Through Email	3 hrs	By using The Three Ps of Persuasion, we can create buy-in through written communication. The Three Ps of Persuasion stand for Promise, Prove and Push. By ensuring we have included all of The Three Ps in our emails whenever we need to persuade someone, we can be certain our message will get results.

《公司金融》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1007
课程名称:	公司金融	英文名称:	Corporate Finance
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

在金融市场和金融机构都在发生变革的今天，公司金融的理论和实践正以前所未有的速度飞速前行。本课程旨在介绍关于公司财务的理论和实务知识，向学生传递公司投资理财过程中涉及关于风险控制与金融决策的相关技巧。本课程将覆盖一系列的公司金融理论，包括价值，风险，期权，股利分红，债务，金融决策，资本运营管理，并购等。本课程将与学生一同探索公司金融的规律如何在全球经济中进行实践。本课程是一门金融专业基础课程，是其他专业高级课程的前修课。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
1. 价值	第 1 周 2 学时 第 1, 2 章	课堂教学

2. 价值	第 2 周 2 学时 第 3, 4 章	果堂教学、课后复习
3. 价值	第 3 周 2 学时 第 5, 6 章	果堂教学、课后复习
4. 风险	第 4 周 2 学时 第 7, 8, 9 章	果堂教学、课后复习
5. 资本预算的实务问题	第 4 周 2 学时 第 10, 11, 12 章	果堂教学、课后复习
6. 融资决策与市场有效性	第 5 周 2 学时 第 13, 14, 15 章	果堂教学、课后复习
7. 股利政策与资本结构	第 6 周 2 学时 第 16, 17 章	果堂教学、课后复习
8. 股利政策与资本结构	第 7 周 2 学时 第 18, 19 章	果堂教学、课后复习
9. 期权	第 8 周 2 学时 第 20-22 章	果堂教学、课后复习
10. 负债融资	第 9 周 2 学时 第 23, 24 章	果堂教学、课后复习
11. 负债融资	第 10 周 2 学时 第 25, 26 章	果堂教学、课后复习
12. 风险管理	第 11 周 2 学时 第 27, 28 章	果堂教学、课后复习
13. 财务计划与营运资本管理	第 12 周 2 学时 第 29 章	果堂教学、课后复习
14. 财务计划与营运资本管理	第 13 周 2 学时 第 30, 31 章	果堂教学、课后复习
15. 兼并、公司控制与公司管理	第 14 周 2 学时 第 32 章	果堂教学、课后复习
16. 课堂汇报	第 15 周 2 学时	

《创新实验室》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1009
课程名称:	创新实验室	英文名称:	InnoLab
学分:	3	学时:	80
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程将结合理论知识与团队项目实践，带领学生从人类学田野调查的视角思考并实践商业发展中的客户调查。同时，通过参与现实生活中实际商业项目部分环节，提高学生在商业环境中的调研能力（项目管理、访谈设计、分析数据、撰写报告、汇报研究成果、团队合作）。

三、教学内容、教学方式和学时安排

本课程实行小班教学，以商业项目中的客户访谈调查为切入点，课堂上将进行研究方法讲解并进行小组讨论与练习。课程内容包括项目管理、客户调查、人类学田野调查方法、焦点小组访谈、个人深度访谈与观察、访谈数据分析与总结、项目汇报等。

学生将以团队合作形式完成项目调研与数据分析。本课程为3学分，理论课堂部分占比1/3，为1学分；项目时间部分占比2/3，为2学分。

具体课程安排如下：

周	安排	形式	主题 / 内容
一	第一节课	开场白	由商业方介绍商业挑战 / 项目目标
	第一节课	课堂小组活动	讨论学习目标与项目目标；思维导图（什么是客户研究？）
	小组活动+指导	课堂外活动	策划项目开展议程 / 时间表，初步案头调查
	第二节课	讲课	民族志研究方法和研究设计
	第二节课	课堂小组活动	研究设计

	小组活动+指导	课堂外活动	案头调查；联系潜在受访对象并预定时间
2	第三节课	讲课	焦点小组访谈和深度访谈
	第三节课	课堂小组活动	设计焦点小组访谈问题并试探访谈
	小组活动+指导	课堂外活动	田野调查：焦点小组访谈；撰写期中报告
	第四节课	讲课	民族志研究方法
	第四节课	课堂小组活动	焦点小组访谈文本记录与初步分析；设计并试探深度访谈
三	小组活动+指导	课堂外活动	分析焦点小组访谈；田野调查：深度访谈；撰写期中报告
	第五节课	期中项目汇报	期中项目汇报及反馈；递交期中报告
	小组活动+指导	课堂外活动	田野调查：深度访谈；文本记录
	第六节课	讲课	质性（访谈）数据分析
	第六节课	课堂小组活动	讨论并尝试深度访谈
4	小组活动+指导	课堂外活动	深度访谈分析； 撰写期末报告
	第七节课	讨论	与商业方视频会议讨论
	第七节课	讲课	数据展示方法和技巧
	第七节课	课堂小组活动	准备期末项目报告
	小组活动+指导	课堂外活动	准备期末项目报告； 撰写期末报告
第八节课	期末项目报告	期末项目报告及反馈；递交期末报告	

《创新实验室》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1010
-------	---------	-------	----------

课程名称:	创新实验室	英文名称:	InnoLab
学分:	3	学时:	80
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

Digital games represent an active area of innovation and entrepreneurship. Digital games offer a unique genre of product to generate something that is fun, meaningful, informed and complex, using widely available and free tools which make the quick construction of video games possible. Gaming applications have been used in Education, Life Sciences, various Industries, and, of course, the Gaming sector. Rather than technology, though, the success of digital games lies in the ability to create a compelling story. Games offer a unique and intuitive way to present personal or cultural viewpoints as working systems, furthering understanding and empathy between vastly different lived experiences, which meshes nicely with the current uptake in cultural exchange between China and the rest of the world as well as the increased availability of platforms for personal expression in Chinese culture.

This course will expose students to the entire process of making and designing a digital game. Students will be expected to produce an actual game by the end of the course. This course builds on the skills learned in Design Thinking and other SEM innovation courses.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Topics	Method of teaching	Teaching Week
Digital Games Then and Now, Meaningful Games and Systems, Basic Tools of Game Design and Analysis, Introduction to the engine GameMaker as well as other game development resources	Lectures, exercises, discussions	1
Development of a game and a pitch incorporating the material and methods covered in the first week	Group project (see VI below for details),	2

	daily counselling	
--	----------------------	--

《医疗器械质量管理体系 I》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI2011
课程名称:	医疗器械质量管理体系 I	英文名称:	Quality Management System Certificate Workshop I
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

ISO 13485 is the most widely accepted international standard that specifies the quality management system (QMS) requirements for the medical device industry. Its third edition, issued in 2016, was adopted by China as a regulatory requirement for Chinese medical device manufacturers. ISO 13485 is also a regulatory requirement in Japan and Canada, as well as the basis for European Union's CE marking of medical devices.

This certificate workshop (I and II) is for students interested in working with medical device-related industries, as well as for those interested in career development and advancement in quality management.

三、教学内容、教学方式和学时安排

The workshop will deliver in-depth understanding of ISO 13485:2016 and its application in medical device manufacturing. In addition to understanding what is written in the standard, students will also learn from real-life case studies, class discussions, and group projects to gain hands-on experiences in key processes of QMS, including:

- Auditing
- Design control

- Risk analysis
- Validation
- Document control
- CAPA
- Non-conforming products
- Management review

《医疗器械质量管理体系 II》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI2012
课程名称:	医疗器械质量管理体系 II	英文名称:	Quality Management System Certificate Workshop II
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

ISO 13485 is the most widely accepted international standard that specifies the quality management system (QMS) requirements for the medical device industry. Its third edition, issued in 2016, was adopted by China as a regulatory requirement for Chinese medical device manufacturers. ISO 13485 is also a regulatory requirement in Japan and Canada, as well as the basis for European Union's CE marking of medical devices.

This certificate workshop (I and II) is for students interested in working with medical device-related industries, as well as for those interested in career development and advancement in quality management.

三、教学内容、教学方式和学时安排

The workshop will deliver in-depth understanding of ISO 13485:2016 and its application in medical device manufacturing. In addition to understanding what is written in the standard, students will also learn from

real-life case studies, class discussions, and group projects to gain hands-on experiences in key processes of QMS, including:

- Auditing
- Design control
- Risk analysis
- Validation
- Document control
- CAPA
- Non-conforming products
- Management review

《金融工程》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1009
课程名称:	金融工程	英文名称:	Financial Engineering
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:	金融衍生品		

二、课程简介和教学目的

课程简介

本课程是金融辅修专业的选修课，是《金融衍生品》的后续课程。通过该课程的学习使学生掌握金融工程的概念和方法，连续时间随机过程的概念和基本原理和方法，基本数值方法，由此深入掌握金融衍生品的定价模型及其在国内外常用的衍生产品的应用，并能进行简单的新的金融产品的设计。

课程目标

本课程主要介绍金融工程的概念和方法，应用连续时间随机过程严格讨论含有期权特性的金融衍生品的定价模型。同时介绍对金融风险管理的概念、方法、模型。核心内容包括维纳过程，伊藤引理，鞅和测度，二叉树，蒙特卡洛模拟法等数值方法，含有期权特性的衍生品的定价模型，股指期权、货币期权、期货期权、特种期权、及实际金融市场中的衍生产品，简单的新的金融产品的设计，波动率微笑，和金融风险的管理。

通过本课程的教学，使学生掌握金融工程的概念和方法，连续时间随机过程的基本内容，金融衍生品的定价模型及其在常用的衍生产品的应用，并能进行简单的新的金融产品的设计。

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一单元 金融工程概述（2 学时）

第二单元 连续时间随机过程（10 学时）

2.1 维纳过程和伊藤引理

2.2 鞅和测度

2.3 布莱克-舒尔斯-默顿期权定价模型的推导

第三单元 基本数值方法（4 学时）

3.1 多期二叉树

3.2 蒙特卡洛模拟法和有限差分

第四单元 常用衍生产品（12 学时）

4.1 股指期权和货币期权

4.2 期货期权

4.3 特种期权

4.4 波动率微笑

4.5 能源和商品衍生品

4.6 实物期权

第五单元 金融风险管理（4 学时）

5.1 金融风险价值度

5.2 波动率估计

5.3 重大金融损失与借鉴

《国际金融》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1010
-------	---------	-------	----------

课程名称:	国际金融	英文名称:	International Finance
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:	商业统计原理		

二、课程简介和教学目的

本课程涉及国际间资本融通的基本理论，实务政策，从而提供一个在国际开放条件下做金融决策的框架，具体内容涉及国际收支，外汇及外汇汇率，国际储备，外汇管理，国际货币制度，国际金融市场。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排
介绍	第 1-2 周
国际资本流动	第 3-4 周
国家主权债券和违约	第 5-6 周，作业
资本市场融合	第 7 周
商品市场融合	第 8 周，作业
汇率变化	第 9 周
预测汇率	第 10 周
汇率战争	第 11-12 周
外汇攻击	第 13-14 周，作业
汇率联盟	第 15-16 周
期末考试	第 17-18 周

《创新经济学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ECON1007
课程名称:	创新经济学	英文名称:	Economics of Innovation
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

什么是创新？什么驱动创新？为什么很难创新？创新和经济发展有怎样的联系？新技术如何在企业、产业和国家内外之间传播？知识产权是促进还

是阻碍创新？大学和政府创新体系中扮演怎样的角色？科技变革的历史给我们怎样的启迪？政策应该如何推动创新？本课程介绍创新经济学的一些重要问题。授课老师期待学生在课程结束时能够对创新的经济决定因素和后果有更深入的理解。授课方式将结合授课老师教学、学生演讲和课堂讨论等多种形式。

三、教学内容、教学方式和学时安排

周	课时	教学方式(如课堂授课、案例分析、材料阅读等)	教学内容
1	4	授课老师教学、课堂讨论、课后作业	<p>导言</p> <p>Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 1, "The Nature and Importance of Innovation."</p>
2	4	学生演讲、授课老师教学、课堂讨论、课后作业	<p>创新和经济增长</p> <p>Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 8, "Models of Economic Growth."</p>
3	4	学生演讲、授课老师教学、课堂讨论、课后作业	<p>创新、企业与市场</p> <p>Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 5, "Innovative Firms and Markets."</p>
4	4	学生演讲、授课老师教学、课堂讨论、课后作业	<p>新技术的传播</p> <p>Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 7, "Diffusion and Social Returns."</p> <p>Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 9, "Innovation and Globalization."</p>
5	4	学生演讲、授课老师教学、课堂讨论、课后作业	<p>知识产权</p> <p>Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 2, "The Nature and Role of Intellectual Property."</p>

			Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 6, "Intellectual Property Rights and Firms."
6	4	学生演讲、授课 老师教学、课堂 讨论、课后作业	产业界、大学和政府 Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 4, "The National Innovation System."
7	4	学生演讲、授课 老师教学、课堂 讨论、课后作业	历史角度看创新 Mokyr, Joel. 2010. "The Contribution of Economic History to the Study of Innovation and Technical Change: 1750-1914." in <i>Handbook of The Economics of Innovation</i> , edited by Hall, Bronwyn and Nathan Rosenberg. Elsevier.
8	4	学生演讲、授课 老师教学、课堂 讨论、课后作业	创新政策 Greenhalgh, Christine, and Mark Rogers. 2010. Ch 11, "Microeconomic Policies to Promote Firm-Level Innovation." Rogers. 2010. Ch 12, "Macroeconomic Issues and Policy."

《消费者心理学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1007
课程名称:	消费者心理学	英文名称:	Consumer Psychology
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

- (1) To understand established theories of how consumers form impressions, interpret information, and determine behavioral intentions.
- (2) To investigate the motivation and processes of why and how consumers make specific decisions and behave in certain ways—what motivates them, what captures their attention, and what retains their loyalty.
- (3) To better understand thoughts, information processing styles, and behavior of your own (as a consumer).

三、教学内容、教学方式和学时安排

Fall 2017 Course Schedule (Subjected to Change)*

Week	Date	Topic	Related Readings	What's Due
1		Syllabus /What is Consumer Psychology?	TBD	
2		Consumer Motivation, Ability, and Opportunity	TBD	
3		Consumer Information Processing	TBD	
4		Consumer Memory and Knowledge	TBD	
5		Social Influences on Consumer Behavior	TBD	
6		Consumer Psychographics	TBD	
7		Consumer Decision Making	TBD	
8		Final Project Presentation	TBD	

***All rights reserved. – Dr. Yang**

Grading

Grading policy can be found on Page 5 in this syllabus. Your final course grade will be made available to you when they are ready. The final total scores you've earned for the course will be turned into final letter grades as follow:

90 ~ 100 = A

80 ~ 89.99 = B

70~ 79.99 = C

60~ 69.99 = D

59.99 or below = F

Your final grade for the course will be determined by three exams, a comprehensive group project, and your class participation. The grading structure will be utilized as follows:

Requirements	% Toward your final grade	Points Possible (Converted Scores)
Exams 1, 2, and 3	25% each, 75% total.	25 points each; 75 points total
Comprehensive Group Project	15%.	15 points total.
Class Participation	10%	10 points.
(See details in the next pages.)		
Total:	100%	100 Points

《伦理：哲思，心理和应用》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1006
-------	---------	-------	----------

课程名称:	伦理：哲思，心理和应用	英文名称:	Morality: Philosophy, Psychology and Practice
学分:	3	学时:	48
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

世界上还有那么多极端贫困的人类，我们本可以帮助他们却花钱在个人娱乐上，正确吗？是否可以只把其他动物看作是提供肉食的机器？当我们可以步行、骑车或使用公共交通时，开车（这会增加环境污染）应该吗？我们对日渐老去的父母负有怎样的责任？人们是否有权选择安乐死？“公司”作为一个不死的自组织，是否必然走向邪恶？这些类似的问题都指向一个核心：在这个时代，作为一个人类意味着什么。无论我们是否意识到，我们每天都在面临伦理挑战；在我们的众多角色（职业人士、消费者、公民、父母、子女、朋友，等等）中，时时刻刻都在做出重要的伦理决策。我们可能并不会花太多时间来考虑我们行为的更广的意义，我们中的大部分人也并没有接受过正式的伦理训练，那意味着我们并没有一个哲学框架去思考我们所面临的如此复杂的伦理问题、没有心理学的背景去帮助我们理解我们为何做出这样那样的伦理决策，我们可能无法掌控甚至预知我们人类所创造的工具、机器以及组织的演变。

这门课为你提供这样的机会去反思我们所面临的一些最有影响的伦理问题，也提供一种方式去享受美好的生活，这关乎我们自己、亲朋好友以及更广泛的社会，并学习处理商业伦理问题的基本工具。哲学家们为伦理问题纠结了上千年，这门课试图厘清这些跨越世纪横贯中西的最伟大思想家们的智慧，用以探讨经典的和当代的问题。（1）在课程中首先会回顾对当代生活也大有助益的最有影响力的哲学思想，从亚里士多德、肯特到罗尔斯。（2）有了哲学基础后，我们会一起学习前沿的道德心理学，以理解我们如何进化发展为道德生物，我们怎样、为何做出那些伦理相关的决策，我们的价值观如何在某些时点被未预知的情形所改变。（3）在哲学和心理学的铺垫下，我们会一起探究当今世界众多伦理挑战的来龙去脉，包括商业伦理、基因工程、死刑和动物权益，尝试把哲学和心理学的思想代入把一个问题做方方面面的探讨。

三、教学内容、教学方式和学时安排

周次	主题	内容
1	伦理初探	伦理是什么？伦理的目的是什么？我们为什么要学习伦理？

2	伦理、宗教、文化	
3	关于正确：义务论	
4	关于幸福：功利主义	
5	道德的起源	进化心理学
6	婴儿的道德观	发展心理学
7	情绪、直觉和道德判断	
8	利他和亲社会行为	
9	恶之谜团	为什么看起来善意的人有时也会干坏事？这些人与一般人在心理特征上有什么区别？
10	道德部落和非人性化	为什么大多数人不喜欢“非我族类”？什么使得善良的人在伤害异族时不会感到内疚？
11	吃动物哪里不对？	
12	商业与社会	商业与社会是什么关系？ 利益相关者理论 商业的目的 公司权力 企业社会责任与企业公民
13	全球化	全球化的益处和成本 全球不平等和金字塔底部 企业和供应商
14	商业与科技	科技在社会里的角色 科学突破的影响
15	消费者保护	消费者权益 质量管理 消费者事务部门
16	管理劳动力的多样性	多样性的益处 劳动力的变化 工作场所的性别问题 雇佣机会均等

《商业模式》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1102
课程名称:	商业模式	英文名称:	Business Models
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

研究商业模式，就是对商业活动的核心框架的研究，重点探讨在商业环境中企业，个人，供应商，以及其他参与者之间的商业关系。在各方的商业互动中，访问量，物流网络，信息流动，和资金走向，都可能呈现出多种形态，构成不同的商业模式。本课程会结合实际商业案例，使学生掌握商业模型的综合分析能力，探索可能的新型商业模式或者商业模式的新应用。课程也会突出新型商业模式对传统行业中的改变。重点讨论的专题有电子商务，社交平台，新媒体，智能硬件，线上线下对接。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 商业模式绪论	4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第二章 电子商务 B2C,C2C	4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第三章 社交平台	4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第四章 免费模式和会员制	4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第五章 新媒体	4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论

第六章 智能硬件	1学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第七章 O2O 线上线下对接	1学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论
第八章 案例教学	1学时	课堂教学、课后复习（作业）、案例讨论

《质量管理：历史与基础》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1013
课程名称:	质量管理：历史与基础	英文名称:	History of Quality Management and ISO 9001 Quality Management System
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

This is an introductory course for students interested in quality and quality management. The course explores the history of quality and provides an overview of concepts in quality management system (QMS). The course will also introduce quality assurance elements that can be used in any business. Topics include:

Concept and history of quality.

The International Organization for Standards (ISO).

Overview of ISO 9001:2015 Quality management systems - requirements.

Introduction to elements in quality management as specified in ISO 9001.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Day 1 (Dec 16): History of and development of quality management

Day 2 (Dec 17): Overview of ISO and ISO9001:2015

Day 3 (Dec 23): Elements of ISO9001:2015

Day 4 (Dec 24): Elements of ISO9001:2015

《理性的沦陷：错误决定和愚蠢选择背后的心理学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	BHSC1009
课程名称:	理性的沦陷：错误决定和愚蠢选择背后的心理学	英文名称:	Faulty decisions and dumb choices: how rationality unravels in an uncertain world
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

你觉得哪些因素会对人们的判断和决策产生影响？回想一下你是怎么做出日常生活中的一些决策判断的，比如早餐吃什么以及穿什么样的衣服出门。再想一下你是怎么估计一些重要事件发生的可能性的，例如你和你的恋爱对象是否最终走到一起或者你支持的球队能否赢得下一场比赛。这些心理体验通常足以让我们意识到这样一个简单的事实：预测和判断大部分的事件实际是一件非常复杂的事情，我们通常都无法准确预测我们想要预测的东西。然而这一事实并不妨碍我们在大多数情况下轻松的给出自信地判断和决定。本课程的主题就是人们如何在不确定条件下做出各类判断和决策。在此课程中，我们将一起科学地探讨人类判断和决策背后的复杂而有趣的心理过程，如记忆，知识，推理，以及它们与情绪和动机的相互作用。

通过本课程，你将能够深入了解判断和决策中涉及的心理过程，并理解这些过程何时以及为什么会导导致理性或者非理性的决策判断。

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一周：决策是什么以及实证研究对理性人假设的挑战

第二周：关于机率和概率的误解

第三周：判断启发式和常见的判断偏见

第四周：框架效应和偏好逆转

第六周：阻碍理性决策的认知障碍。

第七周：错误决策背后的动机和情感因素

第八周：如何理性地思考不确定性

《创新管理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1016
课程名称:	创新管理	英文名称:	Managing Technological Innovation
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

This course teaches hands-on management skills regarding innovation and is recommended for students planning to work in industry after they receive their degree. It addresses the role of technology management in both emerging and established firms, and examines how all of the firm's activities, assets, and relationships must complement one another in order to capture value from innovation. The course will cover the frameworks, models, and tools essential for those actively engaged in the innovation process within a firm and apply them to case studies illustrating their importance.

The course will progress in two parts. The strategic dimension will explore how market characteristics shape and are shaped by technological innovation, discussing the key role that strategic choices play in capturing the value of innovation. It will examine how technological decisions

interact with other activities within the firm, placing innovation in the larger context of corporate strategy. It will discuss how managers and executives can identify potential conflicts and complementarities between the firm's technological assets and other resources both within and outside the organization. It will also provide useful tools for identifying which technologies are likely to succeed in markets, and which firms are best positioned to profit from this innovation.

The management dimension of the course will address the fundamental challenges within an organization striving to develop and leverage its technological competences for value creation. This involves a discussion on how firms develop innovative capabilities. It will also address the organization of the R&D function and the enabling of innovation through new products and processes.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Topics:

Topic 1: Industry structure and strategic interaction

Case: Intel Corporation: 1968-2003 (HBS Reprint 703427)

Topic 2: Firm's resources, relations, and competitive advantage

Case: Samsung Electronics (HBS Reprint 705508)

Topic 3: Disruptive innovation

Case: Kodak and the Digital Revolution (A) (HBS Reprint 705448) (中文)

Topic 4: Need driven innovation

Case: SONY AIBO: The World's First Entertainment Robot (HBS Reprint 502010)

Topic 5: Technology dynamics and industry evolution

Case: E-Ink in 2005 (HBS 705506)

Topic 6: Network externalities, standards compatibility, and switching costs

Case: YouTube, Google, and the Rise of Internet Video (HBS Reprint KEL403)

Topic 7: Complementary assets, sustainability, and imitability

Case: Lexar Media: The digital photography company? (HBS Reprint 805062)

Topic 8: Organizing for innovation and establishing innovation processes

Case: Aquion Energy (HBS Reprint 811047)

Topic 9: R&D project planning, evaluation, and selection

Case: Le Petit Chef (HBS Reprint 602080)

Topic 10: Innovation in a global environment

Case: Siemens AG: Global Development Strategy (A) (HBS Case 9- 602-061)

Topic 11: Open innovation

Case: Intel New Business Initiatives, (HBS Reprint 609043)

《投资银行学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1013
课程名称:	投资银行学	英文名称:	Investment Banking
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程内容包括投资银行概述、投资银行地位与作用、投资银行现状与展望、投资银行运营和管理、投资银行的经营策略、投资银行的监管、投资银行的具体业务等相关内容，其中投资银行的具体业务包括发行承销、兼并收购、资产证券化、风险投资等各种类型的投行业务。本课程以案例驱动为教学模式，深入浅出地讲解投资银行的相关内容。力求使学生在掌握基础知识的同时，培养学生在投资银行领域分析问题和解决问题的能力。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 投资银行概述		
1.1 投资银行的定义	第 1 周	课堂教学
1.2 投资银行的特征	2 学时	
1.3 投资银行的产生和发展		
第二章 投资银行的地位与作用		
2.1 投资银行的地位	第 2 周	课堂教学、课后 复习（作业）、 文献阅读、讨论
2.2 投资银行的作用	2 学时	
第三章 投资银行的运营和管理		
3.1 投资银行的组织结构	第 3 周	课堂教学
3.2 投资银行的人力资源管理	2 学时	
3.3 投资银行的风险管理		
3.4 投资银行公共关系管理		
第四章 投资银行的监管		
4.1 政府对投资银行业的监管	第 4 周	课堂教学
4.2 政府与投资银行业的发展	2 学时	
第五章 证券发行与承销业务		
5.1 股份有限公司概	第 5 周	课堂教学
5.2 企业股份制改组	2 学时	
第五章 证券发行与承销业务		
5.3 股票的发行和承销	第 6 周	课堂教学、课后 复习（作业）、 讨论
5.4 债券的发行和承销	2 学时	
5.5 境外融资和国际证券发行		
第六章 证券投资与交易业务	第 7 周	课堂教学
	2 学时	

5.1 证券投资和交易业务概述		
5.2 投资银行的证券经纪业务		
第六章 证券投资与交易业务		
5.3 证券自营业务	第 8 周	课堂教学
5.4 证券投资与交易业务的网络化	2 学时	
第七章 兼并与收购业务		
7.1 并购概述	第 9 周	课堂教学、讨论
7.2 并购动因与效应	2 学时	
第七章 兼并与收购业务		
7.3 投资银行在并购操作中的作用	第 10 周	课堂教学、课后复习（作业）、讨论
7.4 投资银行在反并购操作中的作用	2 学时	
第八章 项目融资		
8.1 项目融资概述	第 11 周	课堂教学
8.2 投资银行在项目融资中的操作	2 学时	
8.3 投资银行在项目融资中的作用		
第九章 资产管理业务		
9.1 资产管理业务的概述	第 12 周	课堂教学
9.2 基金管理	2 学时	
第十章 资产证券化业务		
10.1 资产证券化概述	第 13 周	课堂教学
10.2 资产证券化流程	2 学时	
第十章 资产证券化业务		
10.3 投资银行在资产证券化中的作用	第 14 周	课堂教学、课后复习（作业）、讨论
	2 学时	

第十一章 风险投资业务		
1.1 风险投资概述	第 15 周	课堂教学、课后 复习（作业）、 讨论
1.2 风险投资流程	2 学时	
1.3 投资银行在风险投资中的作用		
课程总结与案例分析讨论	第 16 周	课堂教学
	2 学时	
期末考试	第 17 周	提交小组案例分 析报告
	2 学时	

《风险管理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1008
课程名称:	风险管理	英文名称:	Risk Management
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程采用案例解析和教材讲授相结合的方式，授课老师将结合二十余年的咨询行业经验和数百个客户项目，精选自身负责过的联想收购 IBM 的 PC 业务、华为海外并购、东风日产合资、建行工行境内外上市等实际案例，通过剖析案例企业在经营和变革过程中对于关键风险的识别、量化等挑战和解决方案，分享将风险管理理论应用于企业真实需求过程中的切身体会，提高学生对于风险管理在实操方面的理解与分析能力。

通过本课程的学习，学生能够掌握风险管理的基础知识、基本原理，掌握现代风险管理体系的组成要素及其运行框架，熟练掌握风险识别、风险评估等风险管理技术与框架理论，能从定性和定量角度分析与评估企业常见风险，撰写比较专业的风险评估描述报告与完整的风险管理报告。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
风险与风险管理 1.1 风险与不确定性、主要学说 1.2 风险的本质与度量 1.3 企业面临的主要风险	第 1 周 4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、文献阅读、讨论 案例分析： 从汽车业百年老店过去十余年的改革变迁看风险管理； 精算师助力中国企业改制上市等变革过程中的风险管理（建行、工行、中国建筑等案例）
风险管理的发展与实践 2.1 风险管理的发展 2.2 风险的成本与风险管理的目标	第 2 周 4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、文献阅读、讨论 案例分析： 金融危机以来中国企业风险管理（ERM）的实践发展
风险识别 3.1 风险识别概述 3.2 风险识别的流程与方法 企业财产风险分析 4.1 企业财产的类型与权益 4.2 企业财产损失与原因	第 3 周 4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、文献阅读、讨论 案例分析： 企业并购过程中的风险识别与管理（卡西欧、华为等企业并购过程中尽职调查案例）
法律责任风险分析 5.1 民事侵权责任的类型 5.2 损失的赔偿与典型责任问题 人力资本风险分析 5.1 人力资本风险概述 5.2 风险的估算	第 4 周 4 学时	课堂教学、课后复习（作业）、文献阅读、讨论 案例分析： 企业并购过程中的风险识别与管理（卡西欧、华为等企业并购过程中尽职调查案例）（续）

金融风险分析 7.1 金融风险的类型与性质 7.2 市场风险的评估	第 5 周 4 学时	果堂教学、课后复习（作业）、文献阅读、讨论 案例分析： 上市公司年报中披露的风险及定性与定量分析；企业年金投资管理人的甄选与评估（案例解析）
风险管理措施与保险 8.1 风险管理的理论基础 8.2 基本的控制性风险管理的措施 8.3 内部风险抑制 8.4 保险的运行与作用、原理	第 6 周 4 学时	案例讨论 果外阅读 案例分析： “一带一路”项目中企业面临的主要风险及管理措施
责任风险管理 9.1 民事侵权责任体系的经济目标 9.2 员工赔偿的经济作用 人力资本风险管理 10.1 员工福利计划概述 10.2 社会保险与企业员工福利计划	第 7 周 4 学时	案例讨论 果外阅读 案例分析： 中国汽车业最大合资企业整合案例
金融风险管理（套期保值） 11.1 衍生工具简介 11.2 利用期权、期货、远期进行套期保值 11.3 利用互换进行风险管理	第 8 周 2 学时	果堂教学、课后复习（作业）、文献阅读
复习	第 8 周 2 学时	井授
期末考试	第 9 周	闭卷

《货币银行学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1011
课程名称:	货币银行学	英文名称:	Money and Banking
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

课程简介

货币银行学课程内容包括微观部分和宏观部分。微观部分主要讲述金融资产与金融市场、货币时间价值、金融资产价值评估、投资组合管理、公司金融和金融风险管理等内容。宏观部分主要讲述货币需求和货币供给、通货膨胀和通货紧缩及货币政策等。

教学目的

要求学生理解和掌握货币、信用、银行、金融市场、国际金融、金融宏观调控等基本范畴以及货币银行方面有关基本理论、基本业务的基础知识。培养学生辨析金融理论和解决金融实际问题的能力。提高学生在社会科学方面的素养，为进一步学习其他专业课程打下必要的基础。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 导言		
1.1 课程介绍		
1.2 内容体系	第 1 周	课堂教学、文献阅读、讨论
第二章 货币与货币制度	4 学时	
2.1 什么是货币		
2.2 货币制度		

<p>第三章 利息和利息率</p> <p>3.1 利息的本质和利率的种类</p> <p>3.2 终值和现值</p> <p>3.3 利率的确切度是到期收益率</p> <p>3.4 债券回报的度量：持有期收益率</p> <p>第四章 风险和收益</p> <p>4.1 影响资产需求的因素</p> <p>4.2 资产组合管理</p>	<p>第 2 周</p> <p>4 学时</p>	<p>果堂教学、课后复习（作业）、文献阅读、讨论</p>
<p>第五章 金融体系概念</p> <p>5.1 金融市场</p> <p>5.2 金融机构</p> <p>5.3 金融工具</p>	<p>第 3 周</p> <p>2 学时</p>	<p>果堂教学、课后复习、讨论</p>
<p>随堂测验和习题课（一）</p>	<p>第 3 周</p> <p>2 学时</p>	
<p>第六章 商业银行：业务与管理</p> <p>6.1 商业银行的历史和发展趋势</p> <p>6.2 商业银行的资产与负债</p> <p>6.3 商业银行的中间业务和表外业务</p> <p>6.4 商业银行的资产负债管理</p> <p>第七章 政府对商业银行的监管</p> <p>7.1 银行体系的不稳定性及政府的作用</p> <p>7.2 对商业银行的审慎监管</p> <p>7.3 存款担保制度（以美国为例）</p>	<p>第 4 周</p> <p>4 学时</p>	<p>果堂教学、文献阅读、课后复习（作业）、讨论</p>

<p>第八章 中央银行</p> <p>8.1 中央银行的历史</p> <p>8.2 中央银行的资产负债表</p> <p>8.3 中央银行的结构</p> <p>第九章 货币供给</p> <p>9.1 存款创造原理</p> <p>9.2 货币乘数</p> <p>9.3 对货币乘数的进一步探讨： 银行及非银行公众的行为</p> <p>9.4 基础货币的决定</p>	<p>第 5 周</p> <p>4 学时</p>	<p>果堂教学、文献 阅读、讨论</p>
<p>第十章 货币需求</p> <p>10.1 货币需求理论</p> <p>10.2 凯恩斯的流动性偏好论</p> <p>第十一章 利率的决定</p> <p>11.1 利率决定理论</p> <p>11.2 利率的变动</p> <p>11.3 利率的结构</p>	<p>第 6 周</p> <p>2 学时</p>	<p>果堂教学、课后 复习、讨论</p>
<p>随堂测验和习题课（二）</p>	<p>第 6 周</p> <p>2 学时</p>	<p>习题分析、讨论</p>
<p>第十二章 通货膨胀</p> <p>12.1 通货膨胀的定义，类型及影响</p> <p>12.2 通货膨胀与失业</p> <p>12.3 通货膨胀的成因</p> <p>12.4 通货膨胀的对策</p>	<p>第 7 周</p> <p>4 学时</p>	<p>果堂教学、文献 阅读、课后复 习、讨论</p>

第十三章货币政策		
13.1 货币政策的目标		
13.2 货币政策工具		
13.3 货币政策的传导机制		
期末考试	第 8 周	闭卷

《质量中国》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS1101
课程名称:	质量中国	英文名称:	Quality 101
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

我们希望生活的各方面都有质量，但应该怎么做才能达到高质量呢？在这个关于质量管理体系（QMS）的入门课程中，我们将一同回顾人类在追求质量上的历程、探讨科技进步是如何带来现代生活中用以保证质量的标准化系统化的方法改进。我们也会探讨世界上最为通用的质量管理体系（QMS），ISO 9001。在 ISO 9001 中指出的质量管理的要素，可以通用于各行各业，甚至是你的个人生活，可以帮助你达成高质量的目标。

课程内容包括：

质量所涉及的各种概念、质量简史

The International Organization for Standards (ISO)

ISO 9001 概述 (ISO 9001: 2015 Quality management systems - requirements)

介绍 ISO 9001 中涉及的各个质量管理要素，并通过动手项目帮助学习理解

通过课程学习，学生们应当能解释为什么质量管理很重要，质量管理如何应用到工作和生活中，也应当能知道质量管理中的基本概念和通用词汇。

三、教学内容、教学方式和学时安排

第一天
History of and development of quality management
第二天
Overview of ISO and ISO9001:2015
第三天
Elements of ISO9001:2015
第四天
Elements of ISO9001:2015

《实验室管理和项目管理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS1102
课程名称:	实验室管理和项目管理	英文名称:	Good Laboratory Practice & Project management
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程分为两个模块。

模块 1: 良好实验室规范 (GLP) 及良好文件规范 (GDP)

本模块有关如何有效管理一个科研实验室或测验实验室, 以保证实验室在满足国际标准或监管要求上的竞争力和数据完整性。在该模块, 我们将探讨国际上对良好实验室规范 (GLP) 及良好文件规范 (GDP) 的公认准则文件。我们将学习在 ISO/IEC 17025 中指出的实验室管理上的组织方式和质量管理要素, 包括实验室管理、文件/记录管理, 审查审核, 人事培训, 检验校准方法和检验, 测量溯源性, 数据完整性和测试报告。

模块 2: 项目管理

本模块基于深度变革中的商业社会项目管理实践, 对项目管理的基本概念、营销与销售、项目组织与领导力、项目战略与网络等内容进行探讨, 通过案例教学等方法, 注重知识的掌握和运用。

通过本模块的学习, 使学生掌握项目管理的基本知识和基本原理, 培养学生以国际化视野应用所学知识分析解决项目管理中实际问题的能力, 使学生掌握项目中的管理体系以及有关项目管理的基本技能, 提高专业化水平和实战操作能力。

三、教学内容、教学方式和学时安排

单元	时间	内容	课前阅读材料 (章节内容)	案例
1	6月3日	GLP & GDP		
2	6月10日	ISO 17025:2005		
3	4月21日上午	模块 II 第一单元：项目管理的基本概念 <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目的发展简史 2. 项目目标与管理 3. 项目利益相关者 4. 项目生命周期与项目执行 	教材（卡洛斯·阿图著）第1、2章	Smith 项目的目标、利益相关者
4	4月21日下午	模块 II 第二单元：项目营销与销售 <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目营销与销售的任务 2. 项目招投标 3. 项目合同谈判 	教材（卡洛斯·阿图著）第3章	Livinghouse 公司的产品和协同网络、Smith 项目的关系管理系统、投标准备、投标决策、投标特点、投标大纲、谈判分析
5	4月22日上午	模块 II 第三单元：项目组织与领导力 <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目的人力资源与组织 2. 项目团队领导 	教材（卡洛斯·阿图著）第5章	上海世博会项目案例

		3. 项目组织与公司组织		
6	4月22日下午	模块 II 第四单元：项目战略与网络 1. 项目中的战略管理 2. 管理系统的组织 3. 客户与供应商网络	教材（卡洛斯·阿图著）第7章	上海机场项目案例

《设计开发控制》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS2203
课程名称:	设计开发控制	英文名称:	Design and Development Control
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

从“中国制造”转变为“中国创造”，这已经成为致力于自主创新企业的内在追求，更是实现供给侧改革和中国制造 2025 宏伟目标的必然选择。制造业的提升必须以构建产品的竞争力为本，必须通过良好的设计开发控制来实现。设计开发是技术型企业打造产品的过程，是企业最重要的活动之一，在医疗器械行业也是如此，因此其是医疗器械质量管理体系覆盖的重要章节。设计开发控制也是缺少自有核心技术、以代工为主营业务的大部分中国企业缺失或是薄弱的环节，亟需提升。

上海联影医疗科技有限公司（以下简称联影）将医疗器械质量管理体系知识与公司成立以来产品设计开发实践相结合组织了设计开发控制课程。该课程结合 ISO 13485:2016 医疗器械质量管理体系 用于法规的要求中第 7 章节 产品实现 的要求，和联影成立近 7 年来自主设计开发全线医疗影像产品和医疗信息化产品的经验，选取了设计开发过程中的关键活动，按照产品实现的时间顺序，将设计开发过程中的要点呈现给同学们。欢迎有志于技术创业、产品研发、技术管理和研发项目管理的同学参与

通过这门课程的学习，参与者将能够：

- 加深对过程方法和 PDCA 的理解和使用技巧；
- 加深质量管理体系和医疗器械法中对产品实现要求的理解；
- 了解医疗器械产品项目策划的概要内容；
- 了解医疗器械设计开发中的关键活动及其组织方式；
- 掌握需求分解、DFMEA、风险分析、PFMEA 等方法；
- 了解将产品设计转换成生产、服务规范的过程；
- 了解与设计开发相关的采购、生产、服务等活动的开展方式；

式；

- 加深对文档和记录对于设计开发控制的重要性；
- 了解科技型企业的实际运作，在将来的创业和就业中更快地适应和融入，提升个人竞争力。

三、教学内容、教学方式和学时安排

	课程	演练	作业
5月 12日	课程/项目背景（2学时） 项目计划制定（2学时） 需求调研（2学时） 需求分解（2学时）	项目计划讨论 需求的分解	制定一份项目计划
5月 19日	方案设计（2学时） 验证测试（2学时） 确认（2学时） 设计评审（2学时）	测试用例设计	制定一份产品的确认方案
5月 26日	设计转换（1学时） 风险管理（3学时） 采购活动（4学时）	风险分析案例讨论 供应商考察考量因素	完成一份产品的风险分析

6月2日	生产和服务过程的确认（4学时） 变更管理（2学时） 文件与记录要求（2学时）	PFMEA 设计变更评估讨论	完成某工序的PFMEA
备注		上下午各一次课程中演练	每天留一份作业

《审核和采购控制》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS2204
课程名称:	审核和采购控制	英文名称:	Audit Management and Supplier Control
学分:	2	学时:	32
授课对象:	创业与管理学院	授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

纵观世界经济大势，全球市场各领域的竞争都越来越明显且集中地体现为品牌竞争。数据显示，发达国家拥有全球90%以上的名牌；驰名世界的品牌产品产量不到同类产品的3%，但销售额却占到50%左右。经济学中有一个著名的“微笑曲线”理论，从市场规律的角度阐释了品牌创造利润和价值的能力。“微笑曲线”的本质就是一条“附加值曲线”，即通过品牌技术提升制造的附加值。然而遗憾的是，中国经济快速发展这么多年，目前经济总量已经排名世界第二，但作为“世界工厂”，整个中国制造业却长期受困于“微笑曲线”低附加值的底部区域。制造业虽然规模宏大，表面风光，实际利润却薄得可怜。而伴随全球经济一体化，国际分工的大势把“微笑曲线”的轮廓勾勒得更加清晰了。对于中国而言，做“世界工厂”绝非长远发展之计，只有通过自主创新，打造中国质量，努力向“微笑曲线”的高端攀升，才能逐渐在全球经济中占据主动地位。

事实上，从“中国制造”的世界影响力来看，在全球化竞争时代，中国企业不缺乏产量优势。而“Made in China”缺乏全球质量竞争优势，其原因并不复杂。一方面，早期追求数量增长和低价竞争的粗放型发展模式，依靠资源消耗、资金投入和廉价劳动力支撑，忽视了产品质量、技术创新和品牌建设，而这种旧模式、旧思维至今还在一些企业中存在；另一方面，由于缺乏品牌支持，国内许多企业的业务以加工出口模式和替跨国巨头们打工为主，只能“为他人做嫁衣裳”，树立品牌的机会也拱手让

人。而市场层面许多消费者国货意识不强，媒体舆论对自主品牌贬抑失据，这些都对自主品牌的成长形成掣肘。

质量是品牌的生命，品牌需要产品质量支撑，因此，必须高度重视产品质量，构建中国自主品牌的高质量平台，这是实现“转变”的基础。依托质量审核在推动实现“转变”过程中大有作为。医疗器械产品质量与人的生命和健康是息息相关的，医疗器械产品质量不但需要产品的技术规范保障，还需要医疗器械生产企业有效的质量管理体系来实现。我国非常重视医疗器械产品质量，重视医疗器械审核工作。在政府的推动下，医疗器械生产企业从最初的不了解、抵触质量审核的作用，到积极贯彻实践质量审核并邀请第三方认证，逐渐适应全球医疗器械运行规则进入国际市场，质量审核发挥了重要作用。

通过这门课程的学习，参与者将能够：

- 了解质量管理体系和医疗器械法中对质量审核和供应商管理的理解；
- 掌握审核流程、原则、重点等内容和流程；
- 分享案例深化对质量审核和供应商管理重要性的理解；
- 了解质量审核的实际运作，在将来的创业和就业中更快地适应和融入质量审核工作，提升个人竞争力。

三、教学内容、教学方式和学时安排

	课程	演练	作业
3月3日	课程/项目背景（2学时） 法规要求（2学时） 标准要求（2学时）	讨论法规要求和标准要求	比较法规要求和标准要求的异同
3月10日	审核流程介绍（2学时） 第三方审核实践（2学时） 内部审核实践（2学时） 管理评审介绍（2学时）	讨论审核和管理评审	制定一份第三方审核通知
3月17日	审核目的（2学时） 审核要素（2学时） 审核报告和跟进（2学时） 审核案例（2学时）	审核案例讨论	完成一份CAPA关闭报告

3月 24日	供应商管理法规要求（4学时）	PFMEA 设计变更评估讨论	完成某工序的PFMEA
	供应商管理要素（2学时）		
	供应商审核案例（2学时）		

《数据思维与商业数据分析》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1103
课程名称:	数据思维与商业数据分析	英文名称:	Business Analytics
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

1. 课程简介

商业数据在现代商业管理中毋庸置疑地扮演着非常重要的角色，而“大数据思维”和“数据驱动商业模式”等与商业数据相关商业新思潮更是一浪高过一浪。在今天，作为一个互联网时代的商业管理者或创始人，如果你不知道什么叫做数据思维和数据价值简直都不好意思出来和同行喝咖啡。尽管如此，但是还是有很多企业管理者和创业团队对商业数据无从着手。这是因为当他们在处理数据时往往会遇到两个主要的挑战：（1）如何使用正确的数据分析方法和工具来帮助他们解读数据并且制定商业决策；（2）如何将商业数据分析的结果转化为实际的商业战略。

为了更好地使得学生适应现代的商业数据分析思潮以及企业对商业数据分析工作的需求，《数据思维与商业数据分析》这门课程将会为学生们提供一个逻辑清晰的商业数据思维和一系列科学严谨的数据分析方法。《数据思维与商业数据分析》课程主要由三个部分组成：

- （1）商业分析逻辑。本课程的引入部分将会介绍商业分析中的一般逻辑，并且结合经济学、社会学和心理学的相關基本原理以及新出现的商业概念和思潮，帮助学生建立清晰敏锐的商业思维和科学严谨的分析逻辑；
- （2）数据分析方法。数据分析方法是本课程的核心部分，这个部分从商业数据管理开始，逐渐进阶到回归分析等较复杂的统计推断方

法。这个部分要求学生掌握相关数据分析方法和熟练使用相关的数据分析软件来进行商业数据分析并且从中推导出商业决策方案；

(3) 数据分析实践项目。数据分析实践是本课程的一个特色环节，在这个课程学习中，学生将会接触到现实中的商业数据，并且在授课教授的指导下独立开展对数据的分析工作。学期末，学生可以选择自拟一个课程研究课题，也可以使用授课教授提供的课题来独立设计完成一个数据分析研究报告。

这门课程的授课将以数据分析工作坊的形式开展，也就是，内容讲解和数据分析联系将同步开展。这门课程的主讲教授会在第一讲中为学生提供三个主要的课题研究方向：（1）橱窗广告设计；（2）电影设计；（3）可持续商业战略设计。每个小组可以选择一个研究方向作为本课程训练的项目总结报告，或者也可以选择1个创业项目进行调研分析以及市场战略制定和评估。

2. 教学目的

在学习完这门课程后，学生应该具备以下的能力

- (1) 独立开展数据收集、分类以及评估数据能够提供的商业信息；
- (2) 进行数据清洗与整合，并且为后续的统计分析做好必要诊断性分析；
- (3) 熟练使用合适的数据分析工具与统计方法来对数据进行建模分析，并且确保结果能够正确解读；
- (4) 熟练使用 PowerPoint 等相关软件制作商业分析报告并且能够写作逻辑清晰的分析文本报告。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一讲 课程导论	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商业逻辑与市场运作 2. 商业研究前沿 3. 研究课题介绍 	课堂讲授、材料阅读
第二讲 数据分析设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 研究问题定义 2. 调研和研究方法（定性与定量） 3. 数据收集方法（一手和二手数据） 4. 分析报告与写作 	课堂讲授、材料阅读、案例分析

<p>第三讲 商业数据分析 I</p> <p>建立数据分析思维</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 数据分析软件介绍及 STATA 数据分析指导 2. 文本数据编码 3. 图像数据编码 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉 STATA 数据分析软件 2. 文本分析练习：企业社会责任报告 3. 图像分析练习：购物广场橱窗照片
<p>小组项目选题确定</p>		
<p>第四讲 商业数据分析 II</p> <p>简单统计分析</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 描述性统计分析 2. 统计模型诊断分析 	<p>数据分析练习：电影票房数据</p>
<p>个人作业提交</p>		
<p>第五讲 商业数据分析 III</p> <p>数据降维方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主成分分析 2. 聚类分析 3. 因子分析 	<p>数据分析练习：企业社会责任报告</p>
<p>第六讲 商业数据分析 IV</p> <p>回归推断方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一般线性回归分析 2. 虚拟变量回归分析 3. 时间序列回归分析 4. 生存历史事件回归分析 	<p>数据分析练习：电影票房数据、企业社会责任报告数据</p>
<p>第七讲 商业分析新趋势及前沿研究概述</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商业数据分析新趋势 2. 答疑与课程报告数据分析指导 	<p>课堂讲授、答疑和分组指导</p>

项目报告		学生小组报告
------	--	--------

《创业企业融资》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ENTR1009
课程名称:	创业企业融资	英文名称:	Entrepreneurial Finance
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

Hi, all. Welcome to my class on Entrepreneurial Finance. So far, you have taken courses about entrepreneurship and business set-up. You are eager to pursue your own business someday, either after working in a large firm for a while or after receiving a degree from advanced education. You come up with a great idea that you believe brings you a lot of profits and also changes the world significantly. Now what? You suddenly realize that you need a huge amount of money and a lot of other resources including networks and reputation to become the successful entrepreneur you have ever dreamed about. You search the website of investors, make an appointment with them, and arrive one of their offices. Before knocking the door, you pause and take a quick glance inside your bag to brush up what you prepare for today. Do you wonder who you visits and what you prepare for the investors? If so, warmly welcome. You already step in to the world of venture capitals (VCs)!

Without doubt, many innovative startups bring new business ideas to market almost every day. Some of the ideas drastically change the way we live. That said, most small-sized, just-kicked-off startups lack resources such as funding and relations required to advance their projects. Even worse, because startups at initial stages have no precedent records or stable incomes, conventional means of funding are not available for them - i.e. a bank won't be on your side no matter how promising entrepreneur you would be. VCs and similar types of investors bridge the financing gap for entrepreneurs, taking huge risks and funding your projects in return for a part of ownership of your company.

Not surprisingly, the process is not even easy for professional VCs. They do not see any visible income nor evaluate the genuine value of a startup. While a startup needs money from VCs, but it is not happy

with the VC' s request of huge shares as well as intervention. As a startup grows, the firm needs to invite more investors but the increasing number of investors for a firm means more conflicts of interests among them with regard to the future path of the company. These are only a part of problems in the world of VC investment. At the end of the class, I want that my students clearly understand the opportunities and challenges faced by investors and think about a reasonable and convincing strategies to reach them out when seeking funds for her/his own business in the future.

We have three goals for this course. First, this course introduces the basic concepts and knowledge used among VCs and practitioners to help students clearly communicate with them. Second, students are expected to learn economic frameworks and validation tools with which to build up the optimal strategies to convince investors. Third, students take the perspective of VCs to have a chance to independently investigate the recent trends in VC investment using the VC database and related media. You know, the best way to understand the other is to take the perspective of the other.

Note that this course design depends upon team works and discussions that require active participation from students. I assume that students have taken the introductory course of economics and finance. In the first a few classes, the instructor will introduce the fundraising process of VCs and related transaction problems. As course advances, the course consists of two modules where the instructor provides lectures related to a topic and a student team, so called a “learning team,” will present a related case and lead group discussions on investment strategy.

Each learning team is supposed to talk to instructor in advance to confirm a firm case and a set of questions to be used for group discussions.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Date	Session	Topic	Assignment
I. Raising the Venture Fund			
	1-1	Introduction to Venture Capital <ul style="list-style-type: none"> • Course overview • Economic theories on inter-firm transaction • A startup funding process 	
	1-2	Basic concepts used by VCs	1-page bio

		<ul style="list-style-type: none"> • Types of VCs • A VC's fundraising process 	
	2-1	Fund construction <ul style="list-style-type: none"> • Limited Partners (LPs) • Fund due diligence 	
	2-2	Fund construction <ul style="list-style-type: none"> • Term of investment • Fund structure, governance and operations 	Team building
II. Investment Process			
	3-1	Sourcing investment opportunities <ul style="list-style-type: none"> • Networks with other VCs firms and academia • Event organization • Partnership 	
	3-2	Sourcing investment opportunities *Learning team PT & group discussion	
	4-1	Due diligence <ul style="list-style-type: none"> • Management team due diligence • Background investigation • Business model review 	1-page report on investment opportunity sourcing
	4-2	Due diligence *Learning team PT & group discussion	
	5-1	Valuation method <ul style="list-style-type: none"> • The drivers of validation • A few forms of the validation methods of VCs 	1-page report on due diligence
	5-2	Valuation method *Learning team PT & group discussion	

	6-1	Structuring investment transactions <ul style="list-style-type: none"> • Authorized shares and issued shares • Ownership and control • Term sheet • Milestone-based financing 	1-page report on valuation method
	6-2	Structuring investment transactions *Learning team PT & group discussion	
	7-1	Exit strategies <ul style="list-style-type: none"> • Preconditions for an exit • Acquisitions and the sell process • Initial public offering (IPO) 	1-page report on investee firm management
	7-2	Exit strategies *Learning team PT & group discussion	
	8-1	Investee firm management <ul style="list-style-type: none"> • Governance and control • Guidance provisions 	1-page report on exit strategies
	8-2	Investee firm management *Learning team PT & group discussion	
	9-1	Final exam review week	Course evaluation
	9-2	Final exam review week	Learning team final case analysis paper

《创新实验室：城市生活创新》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1011
-------	---------	-------	----------

课程名称:	创新实验室：城市生活创新	英文名称:	InnoLab: Innovation for Urban Living
学分:	3	学时:	80
授课对象:		授课语言:	英语
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

Urbanization worldwide gives rise to both opportunities and challenges. Hosted on the campus of ShanghaiTech University, this course brings together young talents from diverse cultural backgrounds to tackle entrepreneurial challenges and seek to improve urban living through new innovations.

The course consists of three components: First, by engaging in interactive lectures and exercises, participants will learn to identify opportunities and manage innovations using disciplined methods. Second, participants will gain insights about the landscape of entrepreneurship in China and further realize the effect of innovation on urbanization in the developing countries. Third, participants will work in groups in an entrepreneurship tournament that will promote innovations for improving urban living. Participants will refine their business ideas using the tools introduced in the workshop and give a final pitch presentation at the end of the program. Winners will receive recognitions based on the assessment of a panel of judges. The program will involve experts in innovation management, preeminent business school faculty, corporate innovators and successful entrepreneurs. This course provides valuable learning experience for students who have interests in starting new and innovative businesses.

三、教学内容、教学方式和学时安排

Day 1	Day 2	Day 3	Day 4	Day 5	Day 6
Tue, 7/17	Wed, 7/18	Thu, 7/19	Fri, 7/20	Sat, 7/21	Sun, 7/22
Introduction; Cultural Exchange	Design Thinking: Introduction	Feedback Design Thinking: Exploration	Mastering Innovation Module 1	Mastering Innovation Module II	
Lunch	Lunch	Lunch	Lunch	Lunch	

Scavenger Hunt	Design Thinking: Introduction	Field Trip to Incubators: Entrepreneurship in China	Mastering Innovation Module I	Mastering Innovation Module II	Free and Easy
	Dinner	Dinner	Dinner	Dinner	
Day 7	Day 8	Day 9	Day 10	Day 11	
Mon, 7/23	Tue, 7/24	Wed, 7/25	Thu, 7/26	Fri, 7/27	
Mastering Innovation Module III	Prototyping	User Feedback Collection	Team Time	Competition (Demo Day)	
Lunch	Lunch	Lunch	Lunch	Lunch	
Mastering Innovation Module III	Prototyping	Improve Product/Services; Expert Panel	Company Visit		
Dinner	Dinner	Dinner	Dinner	Award Ceremony; Farewell Dinner	

Students who would like to enroll in the course should have three innovative business ideas about urban living. Possible topics include but are not limited to the following.

- Green living
- Healthy food and nutrition
- Equitable education for the young generation
- Support for continuing education
- Support and care for seniors
- Equitable health care access
- Green energy
- Fashionable and diverse lifestyles

Highlights & Benefits

Learn the tools and frameworks to identify, capture, and implement new ideas

Learn how to accelerate innovations using design thinking principles

Learn to collaborate with international entrepreneurial minds in an innovation tournament

Gain exposure to innovations and entrepreneurial activities in fast-growing China

Build connections with start-up entrepreneurs and innovators in Shanghai

Topics

Opportunity identifications

Design thinking process

Lean start-up

Innovation and starting new businesses in emerging markets

Innovative business models

Entrepreneurship tournaments

《确认验证与持续改进》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS2202
课程名称:	确认验证与持续改进	英文名称:	Validation, Verification and Continual Improvements
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

质量管理国际标准的目标是：1. 保证过程/产品达成其预期目的和满足客户满意度要求；2. 组织和其质量管理体系（QMS）的持续改进。这门课程将探讨用于实现这些目标的常用方法。本课程中：第一部分，将探讨确认与验证，其作为评估过程/产品是否合规并实现预期目的的一种方法，包括：

- 确认与验证的基本概念；
- 确认/验证 计划、性能和解释；
- 常见的确认/验证类型，例如设备和仪器的认证，过程的确认和分析方法的确认。

第二部分，将探讨用于组织和质量管理体系的持续改进要求和常用工具，包括：

- 纠正措施和预防措施（CAPA）；
- 不合规和投诉处理；
- 根本原因调查方法；
- 指标（KPI, KQI）

除了讲授内容之外，参与者将学习真实案例并参与课堂讨论。

第三部分，将探讨软件工程过程的基本原理、方法、技术与软件质量的内在关联与机理；并通过深入分析工业界相关软件开发标准的解读、航空与轨道交通等领域的工业实践案例，详细介绍软件开发标准和软件验证方法对软件质量的作用和意义。

本课程面向对产品/流程研发感兴趣，或有志于往制造、质量保证和企业管方向发展的学生。完成课程学习后，参与者应充分了解过程/产品的确认和验证，和持续改进组织及其质量管理体系的常用工具。

三、教学内容、教学方式和学时安排

学时	课程内容
8	确认与验证 1. 设备与仪器的确认 2. 工艺的验证 3. 分析方法的验证
4	软件验证方法与技术
16	持续改进 1. CAPA 2. 不符合项 3. 投诉处理 4. 根本原因调查

《医疗器械合规管理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS2301
课程名称:	医疗器械合规管理	英文名称:	Special Requirements for Medical Devices
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:	质量中国		

二、课程简介和教学目的

课程为医疗器械的开发商和制造商提供监管要求框架。ISO 13485 是最被广泛接受的国际标准，它规定了医疗器械行业的质量管理体系（QMS）要求。其第三版于 2016 年发布，被中国采纳为中国医疗器械制造商法规要求的基础。ISO 13485 是日本和加拿大的法规要求，也是欧盟对医疗器械进行 CE 标志认证的基础。

课程面向对医疗器械行业法律法规感兴趣的学生，或对投身于医疗器械相关产业感兴趣的学生，或对在质量管理体系领域进行职业发展的学生，

课程内容包括：

中国医疗器械产业现状以及 CFDA 对其趋势、需求和要求的看法；

基于 ISO 9001:2015 的 ISO 13485:2016 要求概述，和 ISO13485:2016 与 ISO 9001:2015 的差异；

探索医疗器械行业的特殊质量体系 and 法规要求；

- 质量手册；
- 医疗器械文档和其他文件控制要求；
- 管理者代表和管理职责；
- 软件确认
- 产品清洁度和污染控制
- 产品安装和验证要求
- 灭菌模式和工艺参数
- 生产、维修、灭菌、无菌屏障系统的确认过程

除了讲授内容之外，参与者将学习真实案例并参与课堂讨论。

完成课程学习后，参与者将充分了解 CFDA 对医疗器械行业的要求，以及 ISO13485:2016 规定的医疗器械合规要求，并能够将这些要求应用于医疗器械的制造加工。本课程为有兴趣成为，医疗器械制造商管理者代表的医疗器械从业人员奠定了基础。

三、教学内容、教学方式和学时安排

上课时间	课程内容
10月26日	中国医疗器械产业现状
10月27日	ISO 13485:2016 概述
11月2日、3日	医疗器械的法律法规要求 1. IMDRF 与 ISO13485 2. 电子申报 3. 基本安全要求（以及各国转化的情况） 4. 临床评价

《商业设计里的创新和创意》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1015
课程名称:	商业设计里的创新和创意	英文名称:	Innovation and Creativity in Commercial Design
学分:	2	学时:	16
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

这门课程将从设计师的商业创新角度和投资人的项目评估角度两个方面剖析商业设计里的创新和创意。课程的第一部分将聚焦在商业创新中的场景创新，通过理论的引导学习，加上实际项目的演练，把这套更前沿、更符合对未来创新设计师定义的场景创新方法论向学生们进行全面的剖析及传道，从而避免因陷入用户“伪需求”命题，而导致的时间和资源的浪费。在完成商业产品或服务创新之后如何能够得到投资人的青睐获得融资也至关重要，课程的第二部分则会从资本本质的角度分析投资背后的逻辑，教授如何从资本的视角评估创业项目，并讲解如何从0到1设计具有竞争力的商业模式，实现商业模式的创新。通过这门课程学生将对商业设计里的场景创新和商业模式创新有更深入的理解。授课方式将结合课堂教学、产品体验、案例分析、学生项目和课堂讨论等多种形式。

三、教学内容、教学方式和学时安排

此课程属于循序渐进式教学课程，由浅入深，由面到点，会分为以下部分进行开展：

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
<p>第一章</p> <p>对于创新的理解与分析：</p> <p>通过实战案例进行对创新的多维度诠释</p>	<p>第 1 周</p> <p>4 学时</p>	<p>课堂教学、案例分析</p>
<p>第二章</p> <p>创新的三种核心方法论（1：问题导向、2 体验导向、3 场景导向）的诠释，（提出场景创新的概念）</p> <p>教授三种核心的创新方法论，侧重到产品创新层面和“场景”的初步理解</p>	<p>第 2 周</p> <p>4 学时</p>	<p>产品体验、课堂教学、案例分析、小组讨论</p>
<p>第三章</p> <p>场景创新的方法论诠释及理解</p> <p>剖析场景创新方法论</p>	<p>第 3 周</p> <p>4 学时</p>	<p>课堂授课、案例分析、小组讨论（每个 team 对选定场景的畅想，不设置任何限制）</p>
<p>第四章</p> <p>场景定义+场景分析</p> <p>通过用户研究等方法完成场景定义与分析</p>	<p>第 4 周</p> <p>4 学时</p>	<p>Workshop</p>
<p>第五章</p> <p>场景设计+场景验证</p> <p>通过 brain storming +storytelling 等方法，完成初步场景设计</p>	<p>第 5 周</p> <p>4 课时</p>	<p>课堂授课、workshop</p>

第六章 场景验证 通过建模完成场景搭建	第 6 周 4 课时	课堂授课、小组讨论
第七章&第八章 资本的本质与评估逻辑& 商业模式设计与创新	第 7 周 8 学时	课堂教学、文献阅读、小组讨论
期末小组报告 场景设计汇报	第 8 周 3 学时	小组报告、评委点评

《公司金融与财会原理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1014
课程名称:	公司金融与财会原理	英文名称:	Corporate Finance and Principles of Accounting
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

总体目标

本课程是为工商管理辅修专业学生开设的课程，培养未来的企业家和管理者所需要的公司金融和财务知识、技能，提升管理者运用财务数据支持决策。通过这门课程的学习，学生应当能够读懂财务报表，评价财务状况，通过财务预测协助战略决策，对企业、项目和机会做基本的估值和敏感性分析。

教学目标

在公司金融和财会原理教学中，本课程除了传授公司金融和财会基础知识外，重点是培养学生认识公司经营中面临的基本财务和会计问

题，利用财务信息为经营决策提供支持，让学生了解公司财务决策对会计信息可能的影响，本课程的教学目的如下：

- (1) 掌握公司财务的基本理论与基本概念，如货币时间价值。
- (2) 掌握公司筹资的基本理论和方法，包括资本成本与筹资决策。
- (3) 掌握投资决策方法（NPV、IRR、PBP、AR）。
- (4) 掌握基本会计原则和方法，理解基本财务报表。
- (5) 运用财务分析方法和理论判断公司经营绩效。
- (6) 运用管理会计方法进行基本的决策和判断。

三、教学内容、教学方式和学时安排

教学内容

商业环境和企业

企业不同的组织形式，企业筹建面临的财务问题会计作为企业决策的基础的重要性。

财务会计

会计等式，复式记账法，理解收付实现制和权责发生制会计差异及影响，了解基本会计循环，掌握主要财务报表的编制。能够对财务报表进行分析和解释。

管理会计

掌握常用的基本管理会计理论和方法，能够运用管理会计方法进行基本的财务决策或者为决策提供相关的信息。

公司金融

理解公司筹资所需要考虑的因素，不同筹资方式对公司的未来财务状况和业绩可能产生的影响，能够进行基本的项目投资决策分析，掌握公司的营运资金管理方法。

	课时	内容
1	2	- 概要 I
2	2	- 计量和报告公司财务状况
3	2	- 计量和报告公司财务业绩
4	2	- 计量和报告公司现金流量
5	2	- 财务报表分析（1）
6	2	- 财务报表分析（2）
7	2	- 财务分析小组案例报告

8	2	- 成本性态与决策（1）
9	2	- 成本性态与决策（2）
10	2	- 全部成本和变动成本法
11	2	- 预算
12	2	- 公司筹资决策与股利政策
13	2	- 资本投资决策（1）
14	2	- 资本投资决策（2）
15	2	- 流动资本管理
16	2	- 期末综合案例分析与报告

《商业分析基础》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	MGMT1000
课程名称:	商业分析基础	英文名称:	Fundamentals of Business Analysis
学分:	3	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中英文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

1、课程简介

在今天，如何有效地分析快速变化的市场环境成为企业成功的必要条件。一套行之有效的商业分析方案的范围涉及如何从错综复杂的市场环境中收集数据来预测未来的发展趋势，定位潜在的创业机会，有效提升企业的管理能力，到帮助企业作出更明智的决策等多方面内容。鉴于商业分析的重要性，创管学院特别开设了商业分析相关的课程来为学生提供进行商业分析所必备的基础分析逻辑和方法。

作为这个商业分析系列学习的入门课程，商业分析基础将会为学生系统介绍商业的基本概念、视角和数据分析工具，本课程的教学将通过课堂讲授、案例分析以及课堂练习等方式展开。商业分析基础课程主要有三个方面的主要内容组成：

（1）商业逻辑。作为商业分析基础的第一个环节，商业逻辑主要向学生介绍，什么是商业以及商业内部和外部环境。在这个部分的学习中，学生将会要商业相关的经典理论、基本社会科学（经济学、社会学和心理学）研究方法，以及相关的商业分析前沿视角和工具。这个环节的主要目标在于提升学生商业思维和逻辑分析能力；

（2）数据分析。在第一个环节的基础上，商业分析基础课程的第二个组成部分数据分析将会为学生展示基本商业数据收集和管理方式以及进阶的借助统计工作对数据进行诊断分析。这个环节的主要目标在于培养学生的数据思维以及针对具体商业问题的数据建模能力。在这

个环节的学习中，学生将会学习到如何对商业数据进行管理和分析，其中涉及的方法包括但不限于描述性分析、均值比较、方差分析、数据降维以及简单的线性回归。在本环节的最后，学生将会进一步学习到如何利用数据分析的结果来进行口头报告展示和书面报告写作；

(3) 课程研究课题。作为创管学院后续商业分析相关课程的先导课程，商业分析基础的一个重要特色就是帮助同学们认识和了解创管学院目前具备的资源和相关课程内容。为此，商业分析基础课程联系了创管学院中负责工商管理辅修学位的各位学科教授来为学生提供真实的商业研究课题参与机会。在课程学习的最后一个环节中，同学们将会分组参与到自己感兴趣的教授们提供课题中，在指导教授的带领 下，完成一个围棋 8 周的课程研究课题的任务。在学期末，每组学生需要向本组的指导教授进行口头汇报和提交书面报告作为学期研究课题的成果。

2、教学目的

在学习了商业分析基础课程后，学生应该可以做到：

应用合适的分析方法和工具来获取、管理、整理结构化与非结构化的商业信息数据；

为后续的统计诊断分析准备数据，进行基本的探索性和描述性数据分析，并且能够使用合适的统计工具来进一步分析数据；

应用合适的描述性、预测性和诊断性的分析工具对商业数据进行简单建模为后续的商业决策做支持；

能够通过合适的方式进行口头和书面报告你的商业分析结果，并且能够正确解读简单的商业数据分析结果。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一讲： 商业基本概念	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解商业运作的各个职能方面（管理、营销、人力资源、会计、财务、运营管理、质量控制等） 2. 什么是商业环境 3. 什么是企业内部环境 4. 理解商业（财务）指标 	
第二讲： 理论与方法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 宏观理论：制度基础与社会结构 2. 中观理论：行业、社会网络、地理区域 3. 微观理论：认知和行为学 4. 后续学习课程体系介绍 	

第三讲： 分析框架与分析工具	1. 外部环境分析工具 2. 内部评估框架 3. 前沿的商业管理视角	
第四讲： 基本研究方法概述	1. 什么是商业研究 2. 定性研究方法介绍 3. 定量研究方法介绍	
提交第一次个人作业		
第五讲： 商业数据管理	1. 什么是商业数据 2. 商业研究的数据来源 3. 使用 STATA 进行数据管理	
第六讲： 描述性分析与数据诊断分析	1. 了解数据分析的工具和相关的软件介绍 2. 数据描述性分析 3. 数据清洁与分析前准备工序	
第七讲： 数据分析方法概述	1. 相关性分析 2. 均值比较与方差分析 3. 数据降维分析：因子分析与主成分分析 4. 统计诊断：简单的回归分析	
第八讲： 商业写作报告	1. 如何设计你的商业分析计划 2. 如何利用 PowerPoint 来进行商业报告 3. 如何写作商业分析报告	
提交第二次个人作业		
第 9-16 周 课程课题研究（由 MiBA 专业教授指导）		

《实验室管理与文件管理》

一、课程基本信息

开课单位：	创业与管理学院	课程代码：	QMS1104
-------	---------	-------	---------

课程名称:	实验室管理与文件管理	英文名称:	Good Laboratory Practices & Good Documentation Practices
学分:	2	学时:	4
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

1. 实验室基本组成及日常运行

介绍实验室的基本组成和日常运行。以科研实验室为例，介绍实验室常用的硬件设备和使用管理规范，简单介绍实验室安全和负责任的实验室行为，并简单介绍相关的基本知识和简单应用。

2. 良好实验室规范 (GLP) 及良好文件规范 (GDP)

本模块有关如何有效管理一个科研实验室或测验实验室，以保证实验室在满足国际标准或监管要求上的竞争力和数据完整性。在该模块，我们将探讨国际上对良好实验室规范 (GLP) 及良好文件规范 (GDP) 的公认准则文件。我们将学习实验室管理中的组织方式和质量管理要素，包括实验室管理、文件/记录管理，审查审核，人事培训，检验校准方法和检验，测量溯源性，数据完整性和测试报告。

三、教学内容、教学方式和学时安排

单元	时间	内容
1	3月30日	实验室基本组成及日常运行
2	3月31日	数据完整性与良好文件规范
3	4月13日	良好实验室规范
4	4月14日	ISO 17025:2005

《精益生产》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS2302
课程名称:	精益生产	英文名称:	Lean Production
学分:	2	学时:	4
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

所有的客户都希望能够得到质量好，交货及时，价格合理的产品，作为制造企业，丰田给我们做了很好的样板。TPS（Toyota Product System）也就是后来的精益生产（Lean Production）很好的体现这三个维度。

精益生产就是及时制造，消灭故障，消除一切浪费，向零缺陷、零库存进军。精益生产可以帮助企业改变传统的生产方式，以客户为导向，不断追求客户的满意度，并在企业内部形成持续改进的文化。课程内容包括：

精益生产的发展历史

精益生产的核心原则

精益生产的核心工具介绍

精益生产的未来

通过课程学习，学生们应当能解释什么是精益生产，精益生产的核心原则，精益生产如何应用到工作和生活中，梳理精益思想。

三、教学内容、教学方式和学时安排

上午

下午

6月29日

精益生产的历史现状

企业生存和发展的核心？

精益生产的5项基本原则

精益生产的核心方法-价值流

精益生产的如何减少浪费

总结/作业

6月30日

精益工具介绍-5S

精益工具介绍-快速换型

丰田的解决问题方法-PDCA和A3

精益生产的工具-自动化（JIDOKA）

7月6日

精益生产的准时化-JIT和JIS

精益生产的均衡化（Heijunkai）

精益生产的支持体系-全员设备维护TPM

精益生产的支持体系-标准化

总结

7月7日

精益生产的产线设计-Cell单元线

精益生产在物流中的应用

精益生产对质量的要求

精益生产的发展与未来

课程回顾与总结

《项目管理》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	QMS1103
课程名称:	项目管理	英文名称:	Project Management
学分:	2	学时:	4
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

人们通常认为，项目管理是第二次世界大战的产物（如：曼哈顿计划）。传统的观点认为，项目管理者工作就是单纯地完成既定的任务。从二十世纪八十年代开始，项目管理的应用扩展到其他工业领域（行业），如制药行业、电信部门、软件开发业等。项目管理者也不再被认为仅仅是项目的执行者，而是要求他们能胜任其它各个领域的更为广泛的工作，同时具有一定的经营技巧。课程采用案例实操的方式，带领学员经历项目的全过程：理论讲解与实际应用并线展开，能够激发学员的自主思考能力，在案例情境中学习知识，将理论讲解、小组讨论、实际演练相结合，动起来代替坐着听。

通过这门课程的学习，参与者能够：

了解项目管理的核心理论框架、工具与方法，如三角制约、洋葱效应、生命周期管理等

了解项目组织架构及人员组成，如何管理项目干系人

掌握如何分析项目环境、如何制定项目目标、制作工作分解结构、以及如何作项目进度表，确定优先级，进行风险管理等。

掌握项目的整个过程管理，明确各阶段的管理重点及相应工具方法
通过案例分析、实践分享使理论与实践结合起来，加深理解。

三、教学内容、教学方式和学时安排

日期

课程内容

实操演练/案例分析

测验/作业

7月13日

项目互动活动导入

项目管理核心理念

项目启动阶段

项目需求来源

干系人管理

目标设定
 实操案例引入
 案例分析活动
 7月14日
 项目计划阶段
 计划循环图
 范围界定
PBS/WBS
 进度计划
 网络图/甘特图
 案例分析活动
 作业
 7月20日
 回顾之前课程内容
 项目计划阶段
 资源规划
 召开项目会议
 成本计划
 项目实施阶段
 控制原则
 工具和方法
 案例分析活动
 7月21日
 项目具体实施呈现
 项目验收与移交
 反思回顾/经验总结
 项目评估
 项目收尾阶段
 学员反馈环节
 课程总结
 案例分析活动
 案例实际操作
 测验
 作业

《创新实验室：金融科技创新》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1017
课程名称:	创新实验室：金融科技创新	英文名称:	InnoLab: Innovation in FinTech
学分:	3	学时:	10
授课对象:		授课语言:	英语

先修课程:	
-------	--

二、课程简介和教学目的

这门体验式课程引导学生，为金融行业中现存的未被满足的需求提供基于技术的解决方案。课程也会介绍当前金融科技领域的前沿动态。课程由三个部分组成：第一，通过交互式的授课和相关活动，学生将学会识别在金融科技领域的商业机会，并用有纪律的科学方法管理创新。第二，通过前往企业和孵化器参观访问，学生将会获得关于中国市场环境中金融科技领域创新和创业态势的直观了解。第三，学生将需要与来自上科大以外的参与学员合作，以金融科技创新为主题，组队进行创新竞赛。学生将运用课程中介绍的工具改进并完善他们的商业想法，接受专业投资人或创业者的辅导，并在课程的最后进行路演竞赛。竞赛将邀请业界评审给出意见和建议。竞赛的优胜者将获得认可和奖励。选修该课程可用于满足创新与创业辅修的顶石要求（capstone requirement）。

选修该课程的同学需要在第一轮选课时提交一份申请表到学院教务主管周老师处 zhoushy@shanghaitech.edu.cn，申请表中含一份不超过 300 词的金融科技相关英文短文，用于介绍一个原创性的关于金融科技主题的商业创意。

三、教学内容、教学方式和学时安排

	第 1 天	第 2 天	第 3 天	第 4 天	第 5 天
	周一, 7/8	周二, 7/9	周三, 7/10	周四, 7/11	周五, 7/12
上午	总体介绍、学生交流	金融科技介绍	应用创新模块 1	专家分享：金融科技前沿	市内公司参访/ 长三角公司参访
下午	小组活动	市内公司参访	应用创新模块 2	专家项目辅导： 专家反馈+团队项目定义	长三角公司参访
	第 6 天	第 7 天	第 8 天	第 9 天	第 10 天
	周一, 7/15	周二, 7/16	周三, 7/17	周四, 7/18	周五, 7/19
上午	应用创新模块 3	应用创新模块 5	客户反馈收集	专家分享+上海市内公司参访	比赛（演示日）

下午	应用创新模块 4	应用创新模块 6	专家项目辅导	团队时间	比赛（演示日） 授奖仪式
----	----------	----------	--------	------	-----------------

《行为金融》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	FINA1012
课程名称:	行为金融	英文名称:	Behavioral Finance
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

本课程介绍行为金融的基本知识和理论。从传统金融理论的局限和证券市场异象出发，探讨行为金融学在解释投资行为与市场动态的重要性。本课程介绍几种经典行为金融理论与实证研究；并讨论了投资者心理与行为偏差对于市场交易行为，资产定价，及和公司金融的影响。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 导论 1.1 有效市场假说 1.2 期望效用函数理论	第 1 周 4 学时	课堂教学与讨论
第二章 有限套利理论 2.1 理论 2.2 实证	第 2 周 4 学时	课堂教学与讨论
第三章 心理学在行为金融中的应用	第 3 周 4 学时	课堂教学与讨论

3.1 偏好：前景理论		
3.2 偏好：模糊厌恶		
第三章 心理学在行为金融中的应用 3.3 框架效应与心理账户 3.4 过度自信	第 4 周 4 学时	课堂教学与讨论
第三章 心理学在行为金融中的应用 3.5 锚定效应 3.6 代表性启发式 3.7 可得性启发式	第 5 周 4 学时	课堂教学与讨论
第四章 行为金融的应用 4.1 股权溢价之谜 4.2 波动性之谜	第 6 周 4 学时	课堂教学与讨论
第四章 行为金融的应用 4.3 预期收益波动	第 7 周 4 学时	课堂教学与讨论
期末考试	第 8 周 4 学时	小组报告

《创造力心理学：理论与实践》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	SEMI1019
课程名称:	创造力心理学：理论与实践	英文名称:	The Psychology of Creativity: Science and Practice
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文

先修课程:	
-------	--

二、课程简介和教学目的

好奇心与创造力是人类行为中最为高级的表现。当我们从事一些让人好奇的活动或者感觉有趣的行为时，我们往往会感觉自己站到了华山之巅。有创造性的作品能给我们真知灼见，丰富我们的心灵，是我们之所以为人的、不可或缺的一部分。人类的近亲黑猩猩和其他灵长类动物，智力虽高，但在好奇心与创造上却从未接近过人类。人工智能可以在国际象棋上称霸，在成堆的数据中识别人类肉眼无法得到的模型，但它们仍然不能掌握表现出丝毫的好奇心或者简单的创造性技能。对好奇心与创造力的研究学习不仅能给我们带来更美的艺术，而且还能带给艺术家——或者科学家——更美好的生活。

本课程由两个互补的模块组成，Armchair（沙发椅）和 Workbench（工作台）。在每周沙发椅模块中，我们将通过大量关于与创造力的最新和经典研究，去了解科学理论是如何解释创新所涉及的不同过程。在每周的工作台模块中，我们将把可能提高创造力的规律应用到行动当中，尝试创作出让我们自己和他人感兴趣的、有意义、和有启发性的作品。

三、教学内容、教学方式和学时安排

课堂教学内容	教学进度和学时安排	教学方式
第一章 爱因斯坦 PK 达芬奇：如何量化创造力	第一周 第 1 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第二章 将创造付诸行动	第一周 第 2 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第三章 精神障碍和无意识：创造力需要非凡的思维吗？	第二周 第 3 节 4 学时	课堂教学、课后阅读、讨论

第四章 思考和创造的工具	第二周 第4节 4学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第五章 读书还是不读书：为什么书呆子方能剑走偏锋	第三周 第5节 4学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第六章 想法的生成和评估	第三周 第6节 4学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第七章 普通的创造力：卓越艺术科学成就背后的平凡思维	第四周 第7节 4学时	课堂教学、课后阅读、讨论
第八章 在团队中进行创造	第四周 第8节 4学时	课堂教学、课后阅读、讨论

《实验经济学》

一、课程基本信息

开课单位:	创业与管理学院	课程代码:	ECON1005
课程名称:	实验经济学	英文名称:	Experimental Economics
学分:	2	学时:	32
授课对象:		授课语言:	中文
先修课程:			

二、课程简介和教学目的

1. 课程简介

实验经济学是经济学实证分析中一个重要的研究方法。实验通过最大限度地重现理论研究中的经济环境，以真实的物质奖励为激励，记录实验参与者的行为决策并分析其与理论数学分析结果的异同。此外，对于现实生活里的不可观测的行为决策（例如：合谋行为，或政策实施后的反事实情况），实验观察结果可作为现实不可观测行为的补充。实验经济的应用范围广泛，包括理论验证，政策评价，市场机制设计等。

实验经济学课程作为我校本科生的选修课，将向学生介绍实验经济学的应用范围，一系列已被广为研究的问题，此外还包括实验设计，实验假设的提出和实验实施。通过分析了解现有文献里实验在经济学不同领域的应用，了解人们行为决策的特点。本课程将带领学生进行多次的课堂实验以增进学生的理解，引导学生构思设计自己的实验，并提出预期的结果。对学生的成绩评定有赖于课堂参与，文献阅读，一次关于实验设计的课堂演讲，和一份相应的课程论文。

2. 教学目的

学期结束时，学生应该掌握：

- 理解实验经济学的研究方法，及其和其他经济学研究方法相比的优势和劣势。
- 能够提出一个可用实验经济学研究的问题及其预期假设。
- 能够设计一个简单的实验，并提出正确的数据分析方法。
- 能够清晰地表达自己的实验设计和实验结果。

三、教学内容、教学方式和学时安排

每周 4 学时，8 周，其中 7 周课程讲座，最后 1 周学生课堂演讲，没有期末考试。

注：大纲视具体情况会有适当变化。

第一周

实验经济学的概述，应用范畴。为什么做实验，如何设计、分析实验？

介绍实验结果的分析方法，包括几种常用的假设检验

系列实验一：Dictator game

homework: required reading

第二周

系列实验二：Dictator game, Ultimatum game

介绍实验结果和实验设计、实验实施的相互影响，一些博弈论知识

homework: required reading

第三周

系列实验三: rationality and dishonesty

homework: required reading

第四周

系列实验四: Public good game

介绍如何提高合作

homework: required reading

第五周

系列实验五: the failure of backward induction

using veconlab to do centipede game and guessing game.

homework: required reading

第六周

系列实验六: coordination game

using veconlab to do a coordination game

homework: required reading

第七周

系列实验七: markets

using veconlab to do a common value auction, highlight the "winner's curse", or to do games on bertrand and cournot competition

homework: prepare presentation

第八周

系列实验八: 课堂演讲