**经济管理学院接收转专业学生考核方案**

**(市场营销专业)**

**一、考核办法及要求**

1. 根据学校的转专业管理办法，我院的市场营销专业接收转专业学生。

2. 学生转专业进行笔试和面试两部分考核。

3. 笔试规定考核科目为《管理学》，按公布的考试大纲内容进行考核。已经通过《管理学》（课程编号：04C0383）或《管理学基础》（课程编号：04T5122）校内课程考试的学生可以免除笔试环节，笔试分数以课程分数替代。

4. 学生综合成绩中，笔试占60%，面试占40%，两部分满分均100分，两部分总成绩按权重核算后成绩为60分及以上，且笔试成绩不低于50分予以接收。

5. 成绩计算办法：笔试ⅹ60 %+面试ⅹ40%=最后成绩。根据最终成绩的排名及接收名额确定最终的转专业学生。

**二、面试方法**

1. 由专业负责人、责任教授、专业核心教师等组成3人及以上面试考核小组。

2.考核内容：

（1）专业方面

学生面试时提交撰写好的个人规划书，内容为个人背景、转专业原因、学业生涯规划，要求为自己未来3年的市场营销专业学习制定出详细计划，并给出自己的毕业规划。文体不限，字数不超过800字，以表达形式简单明了、内容实际可行作为评价标准。

进行现场答辩，考察学生对专业的认识、表达能力、应变能力及逻辑思维能力等。

学业规划及对市场营销专业的认识占50%，进行现场答辩，考核专业认识、口语表达及应变能力50%。

（2）其它要求

学习成绩优良，喜欢市场营销专业，热情活泼，乐于沟通交流者优先；

**三、笔试成绩及面试成绩评定**

1.笔试成绩由专业教师按评分标准评阅试卷给分；

2.面试成绩由考核小组成员在评分表上现场打分；

**四、面试评分表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 个人规划书20分 | 专业认识30分 | 文字表达20分 | 思维及应变能力30分 |
|  |  |  |  |

**五、时间、地点安排**

1.笔试时间：2018年5月15日，下午4:00

笔试地点：338学术报告厅

2.面试时间：2018年5月22日，下午4:00

面试地点：338学术报告厅

经济管理学院工商管理系

2018年4月9日

**市场营销专业接收转专业考试大纲**

**《管理学》**

**一、课程的性质和教学目标**

《管理学》是为经济管理类专业本科生开设的专业基础课，是经济管理类本科生的必修课程，在经济管理类专业本科生四年的学习中，起着引导学生入门及培养学生初步养成管理思维模式的作用。通过本课程的学习，使学生达到以下学习目标：

1、描述管理的基本概念与理论：即掌握管理学的基本概念与基本理论，了解管理学学科发展的新理论与新思想，在此基础上，能够用自己的语言表述其基本的涵义；

2、具备对管理问题的分析能力：即能够应用管理知识和管理理论对一些管理现象或问题做出分析；

3、掌握必要的管理技能：即初步具备计划编制、组织设计、管理控制、领导激励、管理沟通等方面的基本技能；

4、具备从事管理活动的基本素养。

**二、考核内容**

**第一章 管理概论**

重点：管理的概念；管理职能；管理者的技能。

理解：管理的必要性；管理有效性的衡量。

了解：管理者的角色①管理者的概念及其分类。

要求学生：明确管理的核心问题及基本职能，明确管理者及具备的基本技能。旨在对管理及管理学有个概括了解，为以后各章学习奠定一定的基础。

**第二章 管理理论的形成与发展**

重点：泰罗的科学管理理论要点；“现代经营管理之父”--法约尔；霍桑实验的结论；行为科学理论的建立与发展

理解：行政组织体系理论；管理丛林的主要学派构成及主要观点。

了解：各理论产生的背景。

要求学生：通过了解管理理论发展的历程，把握理论发展趋势

**第三章 管理道德与社会责任**

重点：道德与崇尚道德的管理；社会责任的定义与两种社会责任观。

理解：崇尚道德的管理的特征；管理者道德行为的影响因素

了解：企业的社会责任与利润取向的关系。

要求学生：明确组织发展与管理道德、社会责任之间的相互关系,掌握组织管理应怎样建立社会道德。

**第四章 决策**

重点：决策的概念；决策的原则；决策方法。

理解：决策的作用；决策的依据；决策的过程

了解：决策的影响因素

要求学生：掌握决策的概念与基本方法，对组织管理中的决策要素、类型以及基本步骤有较全面的了解。

**第五章 计划**

重点：计划的构成；战略计划；目标管理的基本思想。

理解：计划的性质；计划的层次体系；目标管理的性质。

了解：甘特图、滚动计划法

要求学生：掌握计划的基本概念、原理与内容，能运用计划编制的基本方法制定一项初步的计划。

**第六章 组织**

重点：组织的概念；组织设计的含义；组织结构的含义；组织部门化的基本形式与特征比较；组织层次化；管理幅度；职权类型及关系；集权与分权；授权；组织结构的类型；组织变革及动因。

理解：组织设计的任务；组织设计的原则；组织变革的目标；组织变革的阻力。

了解：组织设计的影响因素；组织变革现实意义。。

要求学生：理解掌握组织职能的基本内容，掌握几种主要的组织结构类型，并能够结合实际进行组织结构设计或选择。

**第七章 领导**

重点：领导权力的来源；人性假设理论的基本内容；领导特质理论的基本内容；领导行为理论基本内容；领导情景理论基本内容。。

理解：领导的作用；领导与管理的区

了解：领导者应具备的领导艺术。

要求学生：掌握领导不同领导理论的核心观点，能够应用这些理论对现实领导问题做出简单分析。

**第八章 激励**

重点：激励的概念；需要层次理论；双因素理论；成就需要理论；期望理论；公平理论；强化理论

理解：激励的过程。

了解：各种激励手段与方式的应用。

要求学生：掌握各种激励基本理论的核心观点，明确不同激励理论的适应条件，能够灵活应用这理论对管理激励问题做出分析。

**第九章 沟通**

重点：沟通的含义；沟通的类别；沟通的过程；有效沟通。

理解：沟通中的障碍与如何克服障碍。

了解：沟通的作用。

要求学生：掌握沟通的基本原理，明确有效沟通的要素，并通过明确沟通中的障碍进而提高沟通效。

**第十章 控制**

重点：控制的必要性；控制的三要素；前馈控制、同期控制及反馈控制。

理解：控制过程；如何进行有效的控制

了解：控制工作常用的各种方法

要求学生：能够运用掌握控制的基本原理与方法，实现有效的控制。

**三、建议教材及教学参考书**

教材：

张小红主编,清华大学出版社2014年

参考书：

《管理学》周三多主编,高等教育出版社

《管理学》斯蒂芬•P•罗宾斯著,中国人民大学出版社（第四版）