

管理科学与工程 120100

学科点简介：管理科学与工程硕士点隶属于广东财经大学信息学院。本学科特色是：工学与管理科学的结合，特别是互联网+创新，突出学生创新能力与工程实践能力的培养。管理科学与工程学科培养德、智、体全面发展，具有较高的管理素质、合理的知识结构、较强的科学研究能力和解决实际问题的能力，面向现代服务业和人工智能与数字经济领域需要的高级人才。

目前本学科点有 28 位导师，学院以学科建设为龙头，着力优化学科专业结构，坚持“以信息技术为支撑、以其在经济、管理、商贸等领域的应用为特色”的学科发展思路。在应用型人才培养上，以基于大数据的互联网金融研究为重点、以商务智能及服务为特色、以信息技术为支撑、以校企共建校内软件研发基地的全天候项目实训模式开展应用型人才培养。学院近年来，承担或完成包含国家自然科学基金、部省级以上课题 50 余项。出版专著 10 部。软件著作权数十项，发明专利 4 项。公开发表学术论文 500 多篇，其中有一百多篇论文被 SCI、EI、ISTP 等收录。

有**广东省智能商务工程技术研究中心**等省级科研平台。依托东莞、佛山的政府和产业集群和毗邻广交会会展中心及“广州琶洲互联网创新聚集区”和“广州市人工智能与数字经济试验区琶洲核心区”的区位优势，与百度、科大讯飞合作共建**人工智能与数字经济产业学院**。先后同世界顶级信息技术服务公司 TCS (Tata Consultancy Services)、百度、科大讯飞、东软、用友、金智、H3C、广州数字区块链科技有限公司、恒拓开源、中科院软件所广州分部、广州慧扬信息、广东智慧城市建设有限公司等国内外知名企业和研究机构合作建立校内外人才培养实习、开发基地三十多个。使学生在项目开发中提升能力。力争让所有研究生进基地，毕业前具有实际项目开发经验。

在培养学生扎实的专业理论水平的基础上，以项目实训为抓手，以校企、校政合作模式设立了广东财经大学东莞电子商务研究院。以佛山和东莞的世界制造基地，佛山的国家级金融高新区和虎门的服装产业链集群、广新控股、广州华新集团、深圳一德集团为供应链背景，发挥与淘宝、京东、ebay、amazon 等国内外知名电子商务平台的良好校企合作关系，合作开展电子商务服务和研究。

在人才培养过程中，注重与财经、经管结合，与国内著名金融工程支撑平台开发商深圳市天软科技发展有限公司、中信银行信用卡中心、广州万隆证券咨询顾问有限公司、PPmoney (广东省互联网金融协会理事长单位)、华新集团 (广州市互联网金融协会会长单位) 合作开展互联网金融的研究开发。使学生在校学习期间直接采用目前国内主流金融机构在投资管理、数量化投资、上市公司财务估值系统、投资策略构建、交易策略验证、金融工程开发、基金评价、组合管理等方面采用的真实支撑平台上进行学习。实现与用人单位的无缝对接。

培养目标：培养适应我国社会主义现代化需要的，具有创新能力、实践能力和创业精神，在德、智、体全面发展，在专业方面具有合理的知识结构，较强的管理科学与工程领域的研究能力以及工程实践能力的高级人才。掌握管理科学与工程的基础理论和系统的专业知识，培养敢于创新和善于思考的能力，了解本学科的最新研究成果，把握本学科的发展动态，能够有效地运用管理理论，定性与定量相结合的分析方法及信息技术工具解决管理理论与实践中的问题；能够较熟练地掌握一门外国语，并能熟练地使用信息技术开展研究工

作。具备从事本专业学术研究、理论教学和应用的能力，为各级党政机关、高等院校、科研院所、企事业单位输送合格的高级人才。

主要课程：运筹学、物联网管理、现代数据管理、系统工程、大数据分析、互联网金融研究、现代投资理论、高等统计学、管理研究方法、信息安全理论与方法、金融前沿问题研究、供应链与企业运营管理、决策分析理论与方法、商务智能、管理系统仿真、知识管理、大数据分析、互联网+技术与思维(双语)等。

就业方向：政府管理部门、教学和科研单位、企事业单位；还可进一步报考相关学科门类的博士研究生，继续求学深造。

专业代码：1201

咨询电话：020-84096433

序号	研究方向	初试科目	复试科目
1	商务智能与数字金融	(1) ▲思想政治理论 (100 分) (2) ▲英语一 (100 分) (3) ▲数学三 (150 分) (4) 管理信息系统 (150 分)	F520-电子商务 (100 分)
2	数据挖掘与决策优化		
3	信息工程与服务管理		

▲表示统考科目或联考科目，考试题型、考试大纲以教育部公布为准。其他为自命题科目。
注：25年管科新增工学方向，初试 (1) ▲思想政治理论 (100 分)、(2) ▲英语一 (100 分)、(3) ▲数学一 (150 分) (4) 管理信息系统 (150 分)

考试题型及相应分值：

《管理信息系统》

- (1) 简答题 (4题, 每题10分, 共40分)
- (2) 论述题 (2题, 每题30分, 共60分)
- (3) 案例分析题 (2题, 每题25分, 共50分)

参考书目：

管理信息系统(原书第15版), 作者: 劳顿(Kenneth C. Laudon),黄丽华译,机械工业出版社,2018年

《电子商务》

- (1) 简答题 (6题, 每题5分, 共30分)
- (2) 论述题 (2题, 每题15分, 共30分)
- (3) 案例分析题 (2题, 每题20分, 共40分)

参考书目：

《电子商务：管理与社交网络视角》，2020，机械工业出版社，埃弗雷姆·特班

考试大纲

《管理信息系统》

《管理信息系统》考试大纲概述:

考试范围为组织、管理、网络化企业和信息技术基础设施。主要包括三个方面: ①考察学生对管理信息系统基本知识、基本理论、基本方法以及中外管理信息系统学术动态的了解、把握程度; ②考察学生对管理信息系统开发方法的掌握和应用能力; ③注重对学生知识结构和学术功底考察。

第一部分 组织、管理和网络化企业

第1章 当今全球商企中的信息系统

- 1.1 当今商企中信息系统扮演的角色
- 1.2 对信息系统的各种看法
- 1.3 信息系统的当代方法
- 1.4 MIS 实践

第2章 全球电子商务:企业如何应用信息系统

- 2.1 企业过程和信息系统
- 2.2 信息系统的类型
- 2.3 横贯企业的系统
- 2.4 企业中的信息系统职能

第3章 信息系统、组织、管理和战略

- 3.1 组织和信息系统
- 3.2 信息系统对组织和商业企业的影响
- 3.3 应用信息系统达到竞争优势
- 3.4 为竞争优势使用系统: 管理问题

第4章 信息系统中的道德和社会问题

- 4.1 了解和系统有关的道德和社会问题
- 4.2 信息社会内的道德
- 4.3 信息系统的道德维度

第二部分 信息技术基础设施

第5章 信息技术基础设施和新兴技术

- 5.1 信息技术基础设施
- 5.2 信息技术基础设施的构成
- 5.3 硬件平台发展趋势

- 5.4 现代软件平台发展趋势
- 5.5 管理问题
- 第 6 章 商业智能的基础: 数据和信息管理
 - 6.1 传统文件环境下的组织数据
 - 6.2 数据管理的数据库方法
 - 6.3 使用数据库改善经营业绩, 提高决策水平
 - 6.4 管理数据资源
- 第 7 章 通信、网络与无线技术
 - 7.1 当今商业世界的通信和网络
 - 7.2 通信网络
 - 7.3 全球互联网
 - 7.4 无线革命
 - 7.5 MIS 实践
- 第 8 章 信息系统安全
 - 8.1 系统的易损和滥用
 - 8.2 安全和控制的商业价值
 - 8.3 建立安全和控制基本结构
 - 8.4 保护信息资源的技术和工具

《电子商务》

《电子商务》考试大纲概述:

考试范围为电子商务的基本概念、内容和方法、商务环境、电子商务的基本概念及术语、网络市场的机制及造成的影响, 电子商务活动中的 B2C 应用, 网络零售以及在线服务行业, 一对多的 B2B 电子商务模式及多对多电子商务模式, 电子政务、远程教育、协同商务及 C2C 电子商务等。主要包括三个方面: ①考察学生对电子商务基本知识、基本理论、基本方法的了解和掌握程度; ②考察学生对电子商务方法的掌握和应用能力; ③注重对学生知识结构和学术功底考察。

第一部分 电子商务与网络市场

第 1 章 电子商务导论

- 1.1 电子商务的定义和重要概念
- 1.2 电子商务的分类、内容及发展史
- 1.3 电子商务的 2.0 时代: 从社交网络到虚拟世界
- 1.4 数字世界里的经济、企业和社会

1.5 企业应对不断变化的经营环境的策略以及电子商务的影响

1.6 电子商务商业模式

1.7 电子商务面临的障碍、带来的利益和影响

第2章 电子商务技术、基础设施及工具

2.1 电子商务技术面面观

2.2 网络市场

2.3 客户购物场所：店铺、卖场及门户网站

2.4 商用解决方案：电子商品目录、搜索引擎、购物车

2.5 网络竞价、物物交换及在线谈判

2.6 社交网络工具：博客、维客及微博

2.7 虚拟社区及社交网络

2.8 虚拟世界在电子商务中的应用

2.9 电子商务发展的未来：Web 3.0 和 Web 4.0

第二部分 电子商务应用

第3章 零售业电子商务：产品与服务

3.1 网络营销及 B2C 网络零售业务

3.2 网络零售业务的商业模式

3.3 网络旅游和宾馆服务

3.4 就业及网络就业市场

3.5 在线房地产市场、保险市场及股票交易市场

3.6 在线银行及个人金融业务

3.7 按需提供实体产品、数字产品、娱乐信息和游戏

3.8 在线购买决策辅助工具

3.9 在线零售中存在的问题和教训

第4章 B2B 电子商务

4.1 B2B 电子商务的定义、特征及模式

4.2 一对多：卖方为主的电子商务市场

4.3 利用渠道商及各种中介开展销售活动

4.4 网络竞价销售

4.5 多对一：买方为主的网络市场采购活动

4.6 买方为主的网络市场逆向拍卖

4.7 其他网络采购方法

4.8 B2B 交易平台定义和基本概念

4.9 B2B 门户网站及交易名录

4.10 Web 2.0 时代及社交网络时代的 B2B 电子商务

4.11 B2B 网络营销

第 5 章 电子商务创新：电子政务、远程教育、协同商务和 C2C 电子商务

5.1 电子政务概述

5.2 远程教育、网络培训及电子图书

5.3 知识管理、咨询系统及电子商务

5.4 协同商务

5.5 C2C 电子商务