

《商业经营决策模拟》教学大纲

一、基本信息

课程代码:	0151642	课程性质:	必修课
课程名称:	商业经营决策模拟	英文名称:	Business Simulation
学时/学分:	2/2	开课时间:	大三上
适用对象:	工商管理、人力资源管理、市场营销、国际商务、工程管理		
先修课程:	管理学/市场营销/战略管理		
大纲执笔人:	向荣	大纲审核人:	向荣
修订时间:	2018-04	当前版本:	

二、课程描述

商业经营模拟类课程，是一种全新的教学形式，提倡学生主动参与。商业模拟课程让参与者在网络上组建并运营自己的虚拟公司。参与者所组成的小组就像现实生活中一样相互竞争，以获取市场份额。商业模拟系统运用计算机技术模拟企业的竞争环境，比赛参加者组成虚拟公司的高层管理团队，在模拟的市场环境里展开竞争，进行经营决策的演练，要求全面、灵活地运用如生产管理、市场营销、财务会计、战略管理等管理学知识和预测、优化、对策、决策等方法，正确制定企业的决策，达到企业的战略目标。

本课程要求学生基于小组合作，综合应用理论知识，分析和解决实际问题，提升自己的能力。本门课程的教学过程基于学生团队的模式进行，在本模拟课程中，学生将通过运用有效的市场战略、适时的制定决策以及准确的决策实施而为企业获利。战略性的部署、细致的分析、持续的研发、产品适时的进入市场以及其准确的定位是本模拟的获胜关键。

三、教学目标

本课程嵌入虚拟仿真实验教学项目，登录网站是：<http://zjgs-s.ilabvr.com>

<http://zjgsu.cesim.cn/> 账号：gc.1@18testxrl.com 密码：999999

学生作为一家全球移动电话公司的管理团队，与其他在市场中的公司（小组）进行博弈，目的是为企业和股东创造出更多的价值。

通过模拟教学，旨在融会贯通企业战略管理、营销管理、财务管理、运营管理等各科知识，训练学生在具体的市场环境下做出完整的、可执行的企业整体经营决策的实际操作能力。

通过本课程的学习，学生能够全面系统地掌握解决具体实际问题的能力，能更好地使所

课堂上所学的各种管理知识融为一体。这也是是创新型人才培养的需要。

培养企业宏观意识，为创新创业打下坚实基础：我们平时的课堂学习中，学生仅能学习单一学科知识，不能将多学科知识综合穿插应用，对企业的认识总是过于局部。通过商战模拟演练，可以透析企业运营与管理的全过程，培养同学们企业管理中的大局观。

增强专业理论素养：商业实战模拟是一个很好的将企业管理理论与实践相结合的平台，通过商战模拟演练不仅加深同学们对企业的认识，同时极大的增强和巩固他们的企业管理理论知识，以及相关的专业能力，如信息搜集与统计分析、计算机操作等。

培养团队精神：综合管理一个企业需要各个部门的紧密而有效地配合，同学们在商战模拟中扮演着一个公司的领导团队，他们之间既有分工又有合作，团队合作可以有效的提升同学们的沟通与交流能力，培养其协作精神。

提升同学们分析与解决问题以及科学研究等多方面综合能力。

四、课程目标对毕业要求的支撑

毕业要求	指标点	课程目标
4、具备扎实的专业理论和专业知识。	4.1 通过模拟的商业环境，使学生熟悉实际企业经营中可能遇到的各种问题，并帮助其提高决策能	教学目标 1
5、具备应用专业知识解决实际问题的能力；能对管理事件和管理问题有专业且全面的分析和判断。	5.1 在高度仿真模拟的商业环境中决策、竞争与学习，锻造学生综合运用并将相关知识转化为实践的应用能力	教学目标 2
	5.2 进行案例分析，提出分析框架、总结管理策略、归纳应用范畴	教学目标 3
6、具有宽广的学科视野、全面的知识体系和细致的知识脉络	6.1 提高学生的创新意识、创造能力和创业精神，加强领导、批判性思考、团队协作与有效沟通的软技能，培养高度的责任感。	教学目标 4
7、具备团队协作精神和领导能力。	7.1 需要学员充分运用相关专业知识和专业技能和各种工具解决特定领域的问题。模拟教学能有效解决学生偏重理论、缺乏参与项目或团队协作的实际经验的问题	教学目标 5

五、教学内容

第1章 模拟课程介绍 (支撑课程目标 1)

重点内容: 从整体上了解整个模拟的规则、方法和技巧

难点内容: 熟悉本模拟课程, 需要学生认真体会并实际操作

教学内容:

1.1 模拟课程介绍

1.2 练习回合

第2章 市场状况与需求分析 (支撑课程目标 1、4)

重点内容: 市场需求分析

难点内容: 定价的影响因素及其决策技巧

教学内容:

2.1 根据市场前景分析市场需求

2.2 不同公司市场份额的影响和决定因素分析

第3章 营销与市场决策 (支撑课程目标 1、2、3)

重点内容: 营销决策

难点内容: 本系统中不同营销手段的效果分析

教学内容:

3.1 市场营销策略的基本技能及其应用

3.2 广告促销、技术特征值等营销手段的效果分析

3.3 分析竞争对手的市场决策

第4章 生产安排与产能分析 (支撑课程目标 1、2、5)

重点内容: 生产的合理安排

难点内容: 为什么经常出现产能过剩

教学内容:

4.1 生产计划的合理安排

4.2 生产曲线相关知识与理论

第5章 物流优先权的战略意义 (支撑课程目标 1、2、5)

重点内容: 物流优先权的重要意义

难点内容: 根据战略定位决定物流优先权

教学内容：

5.1 物流优先权的含义及实际应用

5.2 物流优先权与战略的匹配

第6章 投资建厂

(支撑课程目标 1、2、5)

重点内容： 投资建厂与未来市场发展

难点内容： 合理决定是否投资建厂

教学内容：

6.1 投资建厂评估

6.2 投资建厂的节奏安排

第7章 研发

(支撑课程目标 2、3)

重点内容： 研发节奏的安排

难点内容： 技术的取舍

教学内容：

7.1 技术的取舍选择

7.2 研发节奏与进程的合理选择

第8章 财务与融资

(支撑课程目标 1、2、5)

重点内容： 不同的融资方式

难点内容： 如何根据自己的财务状况决定选择不同的融资方式

教学内容：

8.1 借债与发行股票比较

8.2 回归股票与派发股息

第9章 战略与综合决策分析

(支撑课程目标 1、2、5)

重点内容： 常见不同战略定位分析

难点内容： 不同经营环节的战略匹配

9.1 差异化战略、低成本和集中化战略比较

9.2 本系统中战略的坚持与转型

六、教学安排

该课程每周 3 学时，11 周， 32 学时为课堂授课教学时间。其中 4 学时用于虚拟仿真实验项目。

建议教学进度如下：

周数	时数	课堂教学内容
1	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤介绍基于动态博弈的商业决策虚拟仿真实验项目； ➤讲解操作基本技巧；
2	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤总结 2 个练习回合模拟结果； ➤分小组请学生分享操作体会
3	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤根体会与反思模拟系统的操作与现实的商业竞争情况。、； ➤各小组（公司）：公司名称、公司 logo、公司初步战略； ➤定价的方法与技巧
4	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤展示公司名称、logo 与战略 ➤定价的影响因素及其决策技巧
5	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤市场营销策略相关知识点 ➤第一次课程分享（excel 及 PPT）
6	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤登录虚拟仿真网站，在线操作完成全部虚拟仿真实验决策 ➤体会：生产、营销、物流、研发、财务等决策过程
7	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤专题分析 ➤物流优先权；成本控制 ➤生产利用率提升
8	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤专题分析 ➤研发战略；合理避税； ➤第二次课程分享（excel 及 PPT）
9	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤专题分析 ➤财务战略分析与探讨
10	3	<ul style="list-style-type: none"> ➤总体与提高 ➤综合战略定位分析
11	3	各公司提交企业经营综合分析报告； Excel 表格与 PPT 总结 提交； 颁奖（最佳经营绩效奖；最佳财务运作奖；最佳总结汇报奖）； 合影；

七、课内实验内容、要求及学时

本课程的操作部分全部在线完成；上课地点在机房。

八、教学方法与手段

以在线实际操作为主，课堂讨论为和案例分析为辅。学生完成在线模拟后，教师进行课

程总结分析，注重学生研究能力的培养，强调理论知识的实际应用，提高学生分析、归纳和创新的能力。

九、考核方式及成绩评定

成绩构成项目	占比	成绩判定依据
在线课程参与	5%	根据系统记录的在线参与和学习时间
出勤	5%	根据现场的签到
在线模拟成绩	30%	根据系统显示的最终在线竞争模拟结果
中期课程分享 (2次)	10%+10%	根据第3和第6回合的在线模拟结果，小组(公司)间进行讨论，分析成功或者失败的经验与教训。
最终总结报告	20%	根据最后一个回合的在线模拟结果，各小组(公司)，结合所学的营销、战略、财务、税收、物流等知识，进行小组间的深度交流，探讨所学知识的具体引用，总结课程心得。
最终课程分享	20%	根据最终总结分析报告，进行的分享

十、教材及主要参考书

指定教材:
[1] 商业经营模拟操作指南; 自编课程指南: 教师提供电子版给学生;
参考书目: 无