

管理科学系专业介绍

厦门大学管理学院管理科学系设有两个本科专业：管理科学专业和电子商务专业，这两个专业的特色可以概括为：时尚、实用以及具有旺盛的成长性。

（1）管理科学专业简介

管理科学专业采用先进的教学理念和方法，借助领先的管理软件实验室，培养能够从事产业分析、市场研究、管理运作、决策分析和信息管理的数据分析高级人才；使学生掌握扎实的管理科学与工程的理论，熟练运用数量分析方法与信息管理技术，分析和处理复杂的管理问题，胜任企业管理数量化、国际化和信息化的要求。本专业强调定性定量相结合的方法和计算机等信息技术在管理的各个领域中的应用，为企事业单位和政府部门的管理活动提供科学化的解决方案和信息技术支持。为了使學生能够应用定量的方法和信息技术进行管理决策方案的模拟和优化，本专业注重学生基本素质的培养和基本技能的训练，对学生的数理基础和计算机应用能力有较高的要求，以促使学生在进一步的学习和工作中有较强的适应能力和竞争力。具体来讲，管理科学专业本科教学着眼于培养学生以下方面的素质：

1. 具备必要的数学、计算机应用基础以及经济学、管理学的基本思想、理论和知识；
2. 掌握系统分析和定量分析的基本方法；
3. 具有一定的基础科学研究能力和较强的分析解决实际问题的能力；
4. 熟练使用多种计算机应用软件，掌握现代信息技术获取相关信息的基本方法；
5. 能够用科学的管理思想、方法和技术对各种管理问题特别是定量管理问题进行分析、决策和组织实施。

倡导科学发展观，以提升中国经济、社会发展的品质，这无疑需要具备科学管理训练的专门人才，而管理科学专业的学生正是这种人才的后备军。学生毕业后应能够在企事业单位从事管理决策的技术支持工作，包括管理决策的分析、模拟、评估和优化，信息系统的分析、设计、实现和维护，以及企业技术与运作管理等。具体来讲，从专业定位以及社会需求看，本专业学生适合在企事业单位以及政府机构从事以下方面的工作：

1. 系统分析及决策支持研究；
2. 信息系统分析与信息管理；
3. 统计数据分析与处理；
4. 定量预测与决策模型研究；
5. 企业运作管理, 包括物流与供应链管理，生产管理，质量管理等；
6. 其它需要系统思维和科学方法的工作。

（2）电子商务专业简介

电子商务专业是一个年轻而充满活力的专业，它是伴随着国民经济中电子商务的蓬勃发展而成长起来。电子商务专业是为了适应网络经济发展对于电子商务专业人才的需求而设立的，专业办学定位为综合型电子商务专业人才，以满足当今网络信息时代蓬勃发展的电子商

务行业对人才的需求。本专业是融计算机科学、市场营销学、管理学、法学和现代物流于一体的新型交叉学科，主要研究计算机和网络技术特别是互联网技术在商务活动中的应用现实，结合管理的实际需要，为企业和事业单位培养能够提供一体化的商务和技术的解决方案的综合性人才。本专业要求学生具备扎实的经济和管理的基础理论知识，从而能够根据管理实践的要求，从经济和管理角度，以应用定量的方法和信息技术为基础，综合应用电子商务的理论技术，为管理实践提供基于网络平台的商务和技术解决方案。具体来讲，电子商务专业本科教学着眼于培养学生以下方面的素质：

1. 具备必要的数学、计算机、电子商务、经济学、管理学的基本思想、理论和知识；
2. 具有开展电子商务业务的基本能力；
3. 具有一定的基础科学研究能力和较强的分析解决实际问题的能力；
4. 精通以计算机技术为主的电子商务技术，掌握其最新进展，同时具备足够的现代商务知识，善于理解商务需求，并能够以最有效的技术手段予以实施；
5. 具有前瞻性思维，了解电子商务全局以及不同行业、不同模式的电子商务理论与应用，能够从战略上分析和把握其发展特点和趋势。

本专业面向企业信息化和电子商务应用的需要，培养兼具扎实信息技术基础、先进服务理念和管理理论知识的，具备在互联网环境下规划、分析、设计、实施和管理电子商务系统项目的开发能力、商务管理能力和战略思维能力的，学生毕业以后能在企事业单位以及政府机构从事信息服务、物流服务、电子商务（政务）系统的分析、设计、实现和维护工作以及进行电子商务（政务）的运作管理或在教学科研领域从事教学科研等工作。具体来讲，从专业定位以及社会需求看，本专业学生适合在企事业单位以及政府机构从事以下方面的工作：

1. 电子商务（政务）系统项目的开发；
2. 信息系统分析与信息管理；
3. 企业信息管理系统开发与设计；
4. 商品和服务的营销策划以及网络营销；
5. 后台信息支持系统运作（网络运作）运作。