



第十六届“全国百篇优秀管理案例”评选案例采编指南

0 前言

随着中国经济的快速发展，企业管理实践日益丰富，企业管理案例层出不穷。“全国百篇优秀管理案例”评选活动选拔了反应企业管理实践的优秀案例，有力地推动了管理案例进课堂，提高了管理人才培养质量，为推进中国式现代化建设进程贡献了重要力量。为了进一步丰富案例主题，全面覆盖 MBA 核心课程知识点和新兴管理理论，中国管理案例共享中心发布《第十六届“全国百篇优秀管理案例”评选采编指南》（以下简称《指南》），就“创新管理”、“创业学”、“公司理财”（“财务管理”）、“会计学”（“财务会计”）、“管理会计”、“税收筹划”、“内部控制与风险管理”、“管理信息系统与数智化转型”、“公司治理”、“供应链管理”、“技术经济学”、“企业伦理”、“运营管理”、“人力资源管理”、“项目管理”、“组织行为学”、“战略管理”、“市场营销”，共 18 门课程提出具体的案例采编选题建议。

1 “创新管理”课程

1-1 人工智能时代下的企业协同创新。人工智能不仅推动了企业间资源、知识和技术的高效流动，还重塑了企业协同创新的模式与生态系统。案例可以探索不同主体与多主体协作方式，研究以人工智能技术为核心，企业如何打造多主体参与的创新生态圈，推动产业融合与创新成果转化；企业如何利用人工智能技术构建开放式协同创新平台；跨领域合作中人工智能技术如何推动企业与高校、科研机构及政府的深度协作；智能化供应链与协同制造如何通过人工智能实现效率与价值最大化。

1-2 企业数智化与服务化融合创新。在数智化与服务快速发展时代，企业数智转型与服务升级是企业创新和提升核心竞争力的路径。案例可以通过企业整合先进技术与创新服务理念，实现从产品导向服务导向的深度转变。以数字技术驱动、业务模式重塑和企业组织能力提升，探索数智化与服务化融合创新路径。通过典型案例展示企业云计算、大数据、人工智能等技术的应用与实践经验，展示数智化与服务化融合催生的企业新模式、新业态。这些案例将提供如何加速企业价值链延伸与产业链协同发展，企业构建数智化服务生态系统，为企业实现高质量发展注入新动能的深刻见解。



1-3 新型全球化下的企业创新模式。当前，新的全球化背景发生了许多转变，中国企业要走出去或要持续推动全球化发展，遇到了许多新的阻力，同样也会面临新的机遇。案例可以探索不同行业的中国企业在新形势下如何通过模式创新、技术创新等，帮助企业和国家在新型全球化的经济中获得持续竞争优势。例如，结合企业自身优势选择合适的市场和进入方式，体现出对全球市场的深刻理解和战略布局，也为其他中国企业的出海之路提供借鉴。

2 “创业学”课程

2-1 人机协同下的创业机会识别。创业机会是创业活动的关键核心要素。随着人工智能技术和辅助的决策支持系统的广泛应用，其高效的信息和数据分析处理能力逐渐与人类创造创新思维相结合，创业者通过大数据分析、模式识别等手段，从海量信息中快速捕捉市场动态和消费者需求，提取有价值的商业洞察。本选题希望通过对典型创业企业的采编和分享，呈现人机协同下创业机会识别的特征、过程，深刻理解和掌握数智技术对创业关键活动和要素的影响和重塑。

2-2 创业企业数据资源开发与利用。创业企业数据资源的开发与利用。在数字经济时代，创业企业的数据资源开发和利用已成为战略发展的新引擎。面对海量数据带来的挑战与机遇，创业企业如何有效地开发和利用这些数据资源，成为其在激烈市场竞争中突围的关键。通过深入分析和实践案例的采编，探讨创业企业如何从数据资源中提取洞察，优化决策流程，增强客户互动，并激发商业模式创新。教学中去引导学生深入理解数据资源的战略价值，学习如何管理和分析数据，以及如何将数据资源转化为创业企业的竞争优势，助力企业在数字化转型中实现可持续发展和价值增长。

2-3 数字化绿色化协同驱动创业企业成长。聚焦于探讨在当前经济与社会发展背景下，创业企业如何通过融合数字化与绿色化的双重驱动力，实现可持续的快速成长。通过典型案例采编与讲授，让学生分析创业企业如何将数字化与绿色化战略有效整合，形成互补优势。讨论在实施双化驱动创业企业成长过程中遇到的挑战，如资金投入、技术难题、市场接受度等，并分享成功案例中的应对策略。也可以进一步分析政府政策、行业标准、消费者偏好等外部因素如何影响创业企业的数字化、绿色化进程，以及企业如何适应并利用这些外部环境因素促进自身成长。从而让学生掌握创业企业成长的主要影响因素，以及数字化与绿色化转型、创业企业持续学习与创新能力等多个方面的知识点，并在实践中不断运



用和优化，以推动企业的持续成长和发展。

3 “公司理财”、“财务管理”课程

3-1 公司投资管理。包括固定资产、长期投资、无形资产和其他长期资产管理等。这一领域的案例旨在帮助学生理解企业在不同情境下的投资策略，如何在不确定性中选择最优投资方案，以及如何通过科学的项目评估方法（如 NPV、IRR 等）实现价值最大化。例如，案例可以围绕企业在互联网金融和金融科技背景下的投资决策展开，分析如何通过技术创新实现投资回报的提升。同时，案例还可以涉及企业如何在绿色投资、数字化转型等新兴领域进行布局，以适应经济和社会的发展趋势。通过高质量的投资管理案例分析，引导学生更好地掌握如何进行项目可行性分析、风险评估以及投资组合优化，从而为企业创造长期价值。

3-2 金融衍生资产管理与司库管理。包括资金管理方法、范围、模式等。金融衍生资产管理与司库管理是现代公司理财中的重要组成部分，尤其是在全球化和金融工具日益复杂的背景下。这一领域的案例可以帮助学生理解企业在风险管理、资金配置以及流动性管理中的决策过程。包括企业如何利用金融衍生工具（如期货、期权、掉期等）进行风险管理，如何通过司库管理优化集团资金调配，提升资金使用效率。此外，还可以涉及企业如何在绿色金融、碳交易等新兴领域中运用金融工具实现可持续发展目标。通过案例分析，引导学生掌握金融工具的定价、套期保值策略以及资金管理的最优实践，从而为企业在复杂多变的市场环境中制定科学的金融市场策略。

3-3 公司融资决策。包括长期或短期创新性融资工具、动态资本结构调整等。在当前互联网金融和金融科技快速发展的背景下，企业融资方式不断创新。案例可以围绕企业在不同情境下的融资决策展开，分析企业在资本结构动态调整、资本成本优化以及融资风险控制中的实践，引导学生更好地理解融资决策对企业价值创造的重要性，并掌握融资方案的制定与实施方法。

3-4 跨国公司财务。包括跨国投资与国际筹资、外汇风险管理、跨境资金管理等。在全球贸易格局变化和不确定性增加的环境下，跨国公司面临复杂的财务挑战，需要具备更高的跨国财务管理水平。案例可以围绕企业在当前国际新形势下的跨国投资与资金管理实践，分析企业在海外投资中的外汇风险对冲策略、跨境资金调配以及国际税收规划等。通过案例分析，引导学生掌握跨国公司财务管理的关键技能，培养国际化视野，并提升在全



球复杂环境中的财务决策能力。

3-5 财务控制、资产及债务重组。包括经营活动控制、成本控制、资产及债务重组等。在经济波动和不确定性增加的背景下，企业需要进行这些决策以灵活应对财务压力，优化资源配置，提升运营效率。案例可以围绕企业在经济下行压力下如何通过财务控制实现降本增效，或如何通过资产及债务重组化解财务风险、实现重生。通过案例分析，引导学生掌握财务控制与重组的关键方法，并学会在复杂经济环境中制定有效的财务解决方案，提升企业的抗风险能力。

4 “会计学”、“财务会计”课程

4-1 集团会计问题，如企业合并、合并报表、分部报告等会计问题。集团会计涉及企业集团内部的会计处理，在企业进行合并或收购时，如何确认和计量合并后的资产与负债、如何在合并报表中处理子公司间的交易和利润，是财务会计中的核心问题。尤其在多个子公司存在不同的财务政策时，合并财务报表的编制面临许多挑战。此外，分部报告也是集团会计的重要组成部分，要求企业根据不同的业务部门或地域进行财务信息披露，以便外部投资者理解其运营状况。集团会计问题不仅需要会计技术知识，还需理解集团内部的经营模式和战略目标，因此，案例需要紧密结合实际企业运营情况和战略，探讨其如何应对这些会计问题。

4-2 新的经济环境下出现的复杂交易事项的核算问题，如平台经济模式和情景对会计核算问题的影响等。随着平台经济的发展，出现了许多传统会计框架难以处理的新型交易模式。例如，在线平台上，企业作为中介方提供服务，但其收入模型、成本结构与传统企业有很大不同。这种模式下，如何核算平台方与用户之间、平台方与商家之间的交易收入与费用、如何确认和计量平台的责任与风险，成为会计核算中的新挑战。此外，新的经济环境还带来了复杂的跨境交易、数字产品和服务的处理问题。可以在案例中，分析这些新兴经济模式，探索它们如何影响会计的核算方式、如何在财务报表中呈现，以及如何应对快速变化的经济和法规环境。

4-3 与数据资产有关的会计核算问题，探索企业在数字时代财务会计的新实践，包括数据资产在内的会计核算问题。数字化时代带来了大量新的会计核算挑战，尤其是在数据资产的核算方面。企业在数字化转型过程中积累了大量的数据资源，这些数据不仅可以产生直接的经济价值，还可以通过数据分析为企业提供决策支持。然而，如何准确评估和确



认这些数据资产的价值、如何在财务报表中披露数据资产的相关信息，是当前会计领域面临的新问题。比如，企业可能通过大数据、云计算和人工智能等技术形成特有的竞争优势，如何从会计角度评估这些技术投资的价值和风险，成为企业财务会计的重要课题。相关案例可以探讨如何确认、计量和报告数据资产，同时考虑数字资产与企业传统资产之间的关系。

4-4 企业（跨国企业）的税务会计问题。跨国企业面临的税务会计问题涉及到不同国家和地区的税收政策、法规以及国际税务安排。在全球化经营中，跨国企业不仅要遵守本国的税收政策，还要应对跨境交易和利润分配带来的税务挑战。转让定价、国际税收合规性、跨境税务规划等问题都需要在财务会计中得到充分体现。例如，如何处理跨国公司间的内部交易、如何合理配置税收资源、如何管理全球范围内的税务风险等问题，这些都是财务会计在全球化背景下面临的重要议题。可以通过跨国企业案例分析，探讨其在税务规划和合规性方面的解决方案。

4-5 业财融合下新的财务会计决策问题等。业财融合是企业的业务与财务功能深度结合。财务会计不仅要提供传统的财务数据，还要支持业务部门的决策，通过财务分析帮助企业优化资源配置、提升竞争力。在业财融合的背景下，如何平衡财务的规范性与业务的灵活性，如何通过财务分析提供决策支持，是新的财务会计决策面临的关键问题。

5 “管理会计”课程

5-1 会计数智化的管理方法，包括基本框架、实施方法和流程设计等。会计数智化是指将数字化技术和智能化工具应用于会计管理过程，以提高效率、准确性和决策支持能力。基本框架包括数据收集、处理、分析和应用的各个环节，核心是通过数字化手段对财务数据进行实时、全面、精准的处理与分析。实施方法包括构建智能会计平台、应用人工智能、机器学习和大数据分析技术来优化会计核算、预算管理、成本控制等工作流程。例如，自动化账务处理、智能报表生成、数据挖掘辅助决策等。此外，流程设计方面关注如何在会计数智化过程中确保数据安全、合规性，同时让信息流和决策链条更加高效和透明。案例可以探讨如何通过数智化工具改进管理会计工作，提升企业运营效率和决策质量。

5-2 价值链成本管控方法，包括价值链的调整、重塑和提质增效等。在全球化和竞争加剧的环境下，企业需要不断调整和优化价值链中的每个环节，重塑其业务流程、生产模式和资源配置。通过分析企业的价值链，管理会计可以识别出成本浪费的环节，并提出相



应的改进措施。提质增效的目标不仅限于降低成本，还包括提升质量、增强创新能力和提高客户满意度。案例可以通过分析企业面临的市场压力和内部挑战，探讨如何通过精细化的价值链成本管控促进企业长期可持续发展。

5-3 碳资产交易管理，包括碳足迹追踪、碳核算和碳交易等相关问题。碳资产交易是应对气候变化和推动绿色发展的重要工具。碳足迹追踪、碳核算和碳交易等环节涉及企业如何衡量、报告和减少其温室气体排放。管理会计在这一领域的作用，主要是帮助企业量化碳排放，计算碳成本，并在决策中考虑这些环境成本的影响。碳足迹追踪是对企业运营过程中的碳排放量进行监控和记录；碳核算则是通过科学的会计方法量化这些排放带来的成本；碳交易则涉及企业在碳市场上买卖碳配额，通过这种方式达到减排目标。案例可以通过分析企业在碳排放交易和碳减排措施方面的决策，引导学生探讨如何平衡经济效益与环保责任，推动企业绿色转型。

5-4 ESG 的披露问题，包括披露标准、范围、方法等。随着社会对企业社会责任的关注日益增强，ESG 信息披露已成为企业与投资者沟通的重要方式。披露标准、范围和方法是管理会计在这一领域的核心问题，企业需要根据不同的行业要求和法规标准，制定适当的披露框架。管理会计的角色是帮助企业理解这些标准并实施相应的披露流程，确保信息的透明性、准确性和可比性。案例可以通过具体企业的 ESG 披露实践，讨论如何在遵守法规的同时，提高企业的社会影响力和市场竞争力。

5-5 新商业生态模式下的企业绩效考核，包括创新绩效、生态绩效等考核方法创新。在传统的绩效考核方法中，企业的财务状况和生产效率往往是考核的核心，但随着市场环境的变化和企业转型，创新能力和生态责任逐渐成为衡量企业长期竞争力的重要标准。创新绩效评估是通过考察企业在技术研发、产品创新和市场拓展等方面的表现，推动企业持续创新；生态绩效评估则侧重于企业在可持续发展、绿色转型和社会责任方面的贡献。管理会计需要设计新的考核方法，结合企业战略目标和外部市场环境，提出合理的考核体系，帮助企业在动态环境中实现全面价值创造。案例可以分析企业如何结合这些新绩效考核指标，优化战略和运营决策的情境。

6 “税收筹划”课程

6-1 新型交易类型中的涉税及其筹划问题，包括数据资产交易，以及直播、社群等新型交易。随着数字化经济的发展，新型交易模式如数据资产交易、直播电商、社群营销等



不断涌现，给税收筹划带来了新的挑战和机遇。数据资产作为一种新型资源，其交易涉及的税收问题，如增值税、企业所得税等，仍处于法律和税制框架的探索阶段。此外，直播和社群等新型交易模式，其收入来源和利润分配较为复杂，传统的税收征管方式难以适应，企业如何通过税收筹划有效降低税负，合理合规地处理涉税问题，成为新的关注点。税务部门对于这些新型业务的监管也在逐步加强，因此案例可以通过分析企业面对这些新型交易中的涉税筹划问题，探讨如何利用税制优势、合理避税并防范税务风险。

6-2 国际税收筹划的问题，如国际转移定价、纳税主体的结构设计等。随着全球化的推进，跨国企业和国际交易的复杂性日益增加，国际税收筹划成为企业管理中不可忽视的重要组成部分。国际税收筹划涉及如何通过合理的转移定价、选择适当的税务管辖区、以及设计纳税主体结构等手段，来减少全球税负。转移定价是指跨国企业不同国家之间设定商品和服务的内部交易价格，目的是合理分配利润以减少税收负担，同时符合各国的税法规定。合理设计纳税主体结构，即选择在低税率国家或地区设立子公司或分支机构，是实现税收优化的重要策略。通过案例分析，可以帮助学生了解跨国企业如何在不同国家的税法框架内进行税收筹划，探索其如何管理跨境税务风险，确保税收合规的同时优化全球税收负担。

6-3 新业态下税务风险管理，包括税收筹划的法律风险与防范、税收筹划的财务风险与防范、税收筹划的道德风险与防范，尤其关注金税工程下的税务风险管理及业财税一体化管控。法律风险主要是指企业在进行税收筹划时，可能因未遵守税法规定而遭遇的法律制裁或额外税务负担；财务风险则是指不当的税收筹划可能导致的财务报表失真或未来税负增加；道德风险则是企业为了税收优化而采取不正当手段，可能带来的社会责任和声誉风险。在金税工程等税务信息化背景下，税务部门的监管力度增强，企业需加强与税务机关的合作，确保税务风险可控。业财税一体化管控则是企业通过整合财务、税务和业务部门的协作，确保税收筹划的合规性和有效性。案例可以通过分析企业在新业态中识别和防范这些风险的过程，探讨如何通过科学的税收筹划方法，在合法合规的框架下优化税负，并有效防范法律、财务和道德风险。

6-4 新兴技术在税收筹划领域的应用，包括利用 AI 等新兴技术对税收数据的收集、分析、挖掘和应用，基于新兴技术的税收筹划以及税收管理智慧化等。新兴技术，尤其是 AI、大数据和区块链等，正在为税收筹划和税务管理带来深刻变革。AI 可以通过深度学习和数据分析，帮助税务部门和企业更准确地预测税务风险、优化税收筹划方案；大数据



可以对企业的税务数据进行全面分析，帮助企业识别潜在的税收优化机会，提供更精细化的税务管理服务；区块链技术则可以在确保税务数据透明和不可篡改的同时，提高税务合规性和效率。在税收筹划领域，基于这些技术，企业可以实现更加智能化的税务决策，提高税务管理的透明度和准确性。案例可以分析企业如何应用这些新兴技术，在税收筹划中进行数据挖掘、分析和应用，优化税务管理流程，并实现智慧化的税务风险控制与税负管理。

7 “内部控制与风险管理”课程

7-1 价值链各环节业务活动的内部控制与风险管理问题。企业的价值链涉及从原材料采购、生产加工、销售到售后服务的各个环节，每个环节都存在不同的风险和内部控制问题。内部控制和风险管理在价值链中的实施至关重要，有助于确保各环节的高效运作，减少资源浪费、操作错误和潜在的财务损失。案例可以分析企业在各个价值链环节中如何建立有效的内部控制体系，管理各类风险，确保企业在日益复杂的市场环境中保持稳定的运营。

7-2 复杂交易事项的内部控制与风险管理问题，比如金融工具使用、重大融资与投资业务等。复杂交易事项通常涉及高风险和高价值，因此需要精细的内部控制和风险管理。金融工具，如衍生品、期货、期权等，其使用过程中可能存在市场风险、信用风险和流动性风险等，而这类交易在财务报告中的准确披露和风险评估至关重要。重大融资和投资业务则涉及如何通过合理的融资结构设计、风险分配和资本管理，优化企业的财务杠杆和资金成本。通过案例，分析企业如何在这些复杂交易中识别和控制风险，如何加强交易的合规性，防范风险发生，提高企业决策的科学性和稳健性。

7-3 兼并重组业务中的风险管理问题。兼并重组是企业战略发展的重要途径，但其过程中涉及大量的复杂决策与风险管理问题。并购和重组可能带来资产重估、债务重组、业务整合等多方面的挑战，同时也容易引发监管合规风险、财务核算风险和市场风险。在实际操作中，企业需要评估目标公司的财务状况、合规问题以及潜在的法律纠纷，设计合适的融资结构，并有效整合文化、团队和业务流程。案例可以探讨在并购重组过程中，如何通过建立严密的风险管理体系，避免整合过程中的问题，确保兼并重组能够带来预期的协同效应和市场竞争优势。

7-4 数智管理环境下出现的新风险与内部控制问题。随着数字化转型和智能化管理的



推进，企业面临的风险形态和内部控制挑战也发生了变化。数智管理环境中的新风险包括网络安全风险、数据隐私保护风险、AI 算法失误风险等，企业的内部控制体系需要相应地调整，以应对这些新兴风险。企业需要通过创新的技术手段，如区块链技术、人工智能审计和数据加密技术，来加强对数据和系统的管控。案例可以分析企业在数智化环境中如何应对这些新风险，探讨如何通过数字化手段提升内部控制的效率与效果。

7-5 新《公司法》背景下公司内部控制和风险管理问题。新修订的《公司法》对公司治理结构、管理责任和风险管理提出了更高要求，尤其是在内部控制和合规管理方面。新法明确了董事会、监事会和管理层的职责，强化了对公司财务和审计的监管，并要求公司建立健全的内部控制制度，确保公司在各类经营活动中的合法合规性。因此，面临新《公司法》要求，企业要加强内部控制体系的构建，特别是在财务报告、合规审计、决策透明度等方面。案例可以分析新《公司法》下，企业如何通过优化内部控制结构和流程管理，有效识别和应对合规风险，确保公司能够在法律框架内高效运营，推动企业的持续发展。

8 “管理信息系统与数智化转型”课程

8-1 数智化转型战略与组织变革。数智化转型战略是企业实现高质量发展的关键抓手，必然会带来深刻的组织变革。在人工智能、区块链和云计算等新一代数字技术的深度渗透下，传统科层制组织正在向柔性化、网络化的智能型组织演进。企业通过构建数据中台、智能决策系统和敏捷响应机制，推动组织结构从垂直管控向平台赋能转型，业务流程从线性串联向生态并联重构，文化基因从经验驱动向数据驱动蜕变。本选题拟通过对跨行业领军企业的转型实践研究，阐释数智技术如何解构传统管理模式，重塑战略决策逻辑与组织运行范式，为企业在数智化浪潮中实现战略升级与组织进化提供可复制的实施路径。

8-2 AI 应用与商业模式创新。人工智能正从工具性支撑转向商业生态的架构性变量。随着多模态大模型、具身智能体和数字孪生技术的成熟，企业得以通过动态定价引擎、需求预测算法和智能服务触点，重构价值主张创造、价值传递路径与价值捕获机制的三维商业模式体系。生成式 AI 推动产品研发从线性流程转向虚实互动的原型迭代，智能体网络使供需匹配从平台中介向自主协商演进，神经辐射场（NeRF）技术则催生沉浸式体验的订阅制服务形态。本选题拟剖析 AI 技术对传统商业模式要素的解构与重组，揭示“数据流重构现金流”的新型商业逻辑，为企业在虚实融合经济中构建第二增长曲线提供系统性框架。

8-3 数字化技术的商业价值。量子边缘计算节点、因果推断 AI 与多模态大模型的融



合发展，正推动商业价值创造范式从线性增值向生态涌现跃迁。企业通过分布式账本构建可信数据资产池，依托隐语义挖掘实现客户需求的亚秒级响应，借助产业元宇宙打通物理世界的“沉默价值断层”。在制造领域，数字主线（Digital Thread）使全生命周期碳足迹转化为可交易的绿色信用资产；零售场景中，神经拟态芯片驱动的动态归因模型，将传统 ROI 计算提升至消费者神经信号层面的价值度量。本选题聚焦揭示“数据资产化-价值网络化-现金流微粒化”的三阶跃升路径，为重构数字经济时代的商业价值评估体系提供熵减框架，如沃尔玛脑机接口购物车引发的零售价值链重组、宁德时代工业元宇宙平台催生的碳汇金融衍生品等代表性管理实践。

8-4 大数据驱动的管理决策。本选题聚焦大数据在各行各业的深度应用，特别是对管理决策的驱动和赋能作用，以及重构管理决策过程和范式的前沿实践。比如美的等企业从产品研发（竞品特征分析等）到生产制造、市场营销、售后服务等全过程的管理决策都有基于大数据的商务智能（BI）和人工智能模型的支持，原本拍脑瓜做的决策越来越少；与此类似，2024 年波音公司开发了飞机维保决策联邦学习系统，2025 年字节跳动涌现出基于内容生态认知计算平台的转型实践等，用大数据赋能管理决策。

9 “公司治理”课程

9-1 中国特色现代公司治理制度。本选题可以广泛覆盖从国有企业到民营企业，再到金融机构和上市公司的多元治理实践。案例可以深入挖掘国有企业公司治理改革的进程、成效及面临的挑战，特别是混合所有制改革中的创新尝试。同时，考察民营企业如何通过家族治理、职业经理人制度等灵活模式实现高效运营，以及在全球化背景下如何调整治理策略以适应国际竞争。此外，还可关注公司治理的法律环境与文化背景，它们对公司治理模式的形成与演变具有深远影响。

9-2 董事会专业委员会建设。本选题可揭示董事会专业委员会在公司治理中的核心机制作用；董事会专业委员会设立的基础逻辑与单一职能部门治理及整体董事会决策的差异；董事会专业委员会的运作特征与职能划分；特定专业委员会（如审计委员会、薪酬委员会等）的特殊性与价值提升的关键路径；董事会专业委员会治理的机制与成效评估；如何通过董事会专业委员会的精细化运作实现公司治理结构优化、决策效率提升及企业战略目标达成的目标。

9-3 金融机构治理。本选题可展示委托代理框架下金融机构具有的双重特征，一方面



是公司治理的积极参与者，通过内部管理机制优化、风险控制策略制定等，积极推动公司治理水平的提升；另一方面，金融机构也是公司治理的重要应用对象，其治理结构和治理效能直接影响自身的稳健运营和风险控制能力。从金融机构作为公司治理应用对象的特征角度，可以深入剖析银行、保险、信托、证券等不同类型金融机构在治理上的特色内涵。

9-4 网络组织与平台治理。本选题可展示网络组织和公司治理的紧密关系，深入剖析网络治理的基础特征，揭示其与层级组织治理的本质区别；还可以探讨网络治理的演化特征，理解其随技术进步和市场变化而不断优化的趋势；阐述平台治理的特殊性及其价值创造的基础机制，分析网络组织治理的机制与目标，并探讨如何通过网络治理手段，促进企业集团公司、跨国公司和平台企业实现更加科学、高效的决策目标，以适应快速变化的市场环境。

9-5 跨国治理。本选题可阐述跨国公司与全球治理体系的互动关系；跨国治理的基础特性与本土公司治理及国际规则的差异；跨国治理的动态适应性与全球化背景下的策略调整；跨国公司治理的特殊性及其在价值链整合中的核心作用；跨国治理的机制设计与目标实现路径；如何通过跨国治理策略促进跨国公司的资源整合、风险管理及全球战略协同，以实现科学决策与可持续发展目标。

9-6 绿色治理（ESG）。本选题可探讨绿色治理与企业可持续发展之间的关系；绿色治理的基本原则与传统环境治理及单纯经济效益追求的对比；绿色治理的创新特征及其在应对气候变化中的作用；绿色供应链管理的特殊性和促进生态价值创造的核心机制；绿色治理的实施策略与目标设定；如何通过绿色治理手段推动企业、行业乃至整个社会向低碳、环保、循环经济转型，以实现科学决策与绿色发展目标。

9-7 人工智能治理。本选题可阐述人工智能技术与现代治理体系的融合关系；人工智能治理的基础框架与传统规则治理及自动化决策的差异；人工智能治理的快速发展特征及其对社会结构的影响；智能系统治理的特殊性和促进创新价值创造的核心逻辑；人工智能治理的监管机制与目标导向；如何通过人工智能治理策略平衡技术进步、数据安全、伦理道德与社会福祉，以实现科学决策与可持续发展的人工智能应用目标。

10 “供应链管理”课程

10-1 全球视角下的供应链战略规划。在全球化的背景下，供应链战略规划已成为企业竞争的核心要素。这一战略要求企业不仅需具备敏锐的市场洞察力，以精准预测市场趋



势和管理产品生命周期，还需在复杂多变的国际环境中展现出高度的灵活性。特别是在当前地缘政治变化频繁、中美关系充满不确定性的外部因素大量变动的情况下，企业更需通过科学的战略布局与细致的计划管理，高效协同需求与供应，确保供应链的稳定与安全。本选题聚焦于企业在全球视角下，如何综合考虑市场需求、技术趋势等多种因素，制定行之有效的供应链战略；还可以探讨企业如何借助全球供应链网络，实现资源的优化配置与成本的有效控制，构建全球化的生产与分销体系；以及如何加强与国际合作伙伴的战略协同，共同应对贸易壁垒、汇率波动等风险，提升供应链的整体竞争力。

10-2 供应链韧性与安全。在当今复杂多变的经济环境中，供应链的韧性与安全已成为企业持续发展的基石。这一理念强调企业不仅要构建稳固的供应链体系，以抵御各种潜在的干扰和冲击，还需在日益激烈的市场竞争中展现出卓越的适应性。尤其是在市场环境不确定性增加、政策法规频繁调整的背景下，企业更需通过精细化的运营管理和前瞻性的策略部署，确保供应链的顺畅运作与高度安全。本选题聚焦于企业如何围绕供应链的韧性与安全制定战略规划，特别是在半导体、关键矿产、医疗器械和新能源电动汽车电池这四个关键领域。这些领域技术密集，对经济发展具有重大意义。在半导体领域，企业需通过供应链韧性建设，突破技术瓶颈，建立自主可控的供应体系，确保核心技术的安全与稳定供应；关键矿产方面，企业应关注资源获取的可持续性，通过供应链的优化与多元化，保障矿产资源的稳定供应与成本控制；医疗器械领域，随着健康需求的增加，企业需构建高效、安全的供应链网络，确保医疗设备的及时供应与服务质量，同时提升供应链的抗风险能力；新能源电动汽车电池行业，则要求企业在技术创新与成本控制之间找到平衡，通过优化原材料采购和电池回收体系，增强供应链的韧性与可持续性。此外，本选题还将探讨企业如何通过精细化管理与前瞻性布局，提升供应链的适应性和响应速度，确保在市场波动、原材料短缺等风险下的稳定运行。在当前经济环境下，强化供应链的韧性与安全，已成为企业战略规划中不可或缺且至关重要的环节。

10-3 供应链金融与风险管理。在当今经济环境日益复杂的背景下，供应链金融与风险管理已成为企业稳健运营的关键支撑。这一领域要求企业不仅要精通运用供应链金融工具，如应收账款融资、库存融资等，以有效改善现金流状况、降低交易风险，还需积极支持中小企业解决融资难题，促进整个供应链的健康发展。特别是在经济不确定性增加、金融市场波动加剧的情况下，企业更需通过合理的金融安排，如信用保险、保理服务等，以及严密的风险防范措施，来确保供应链的稳定性与金融健康。本议题着重探讨企业如何结



合供应链的实际运营情况，巧妙融合金融创新与风险管理策略，设计出既能满足企业融资需求，又能有效防控风险的供应链金融解决方案；还可以探讨如何通过数字化技术，如大数据、区块链和物联网，提升供应链金融的透明度和效率，降低信息不对称和操作风险；同时通过建立供应链信息共享机制，强化产业链协同与金融效能，进一步优化供应链流程，降低运营成本；此外，本议题还可以关注如何通过供应链金融创新，支持中小企业发展，解决其融资难题，推动产业链升级。

10-4 服务业供应链结构与协调机制。在服务业蓬勃发展的今天，供应链结构与协调机制成为了企业提升服务质量和运营效率的关键所在。这一机制要求企业不仅需具备对客户需求的深刻理解力，以精准把握服务趋势和优化服务流程，还需在快速变化的市场环境中展现出卓越的协调与应变能力。尤其是在当前消费者偏好多元化、市场竞争日益激烈的背景下，企业更需通过精细化的供应链设计与高效的协调管理，确保服务供应链的高效运行与客户满意度。本选题聚焦于企业在服务业视角下，如何综合考虑市场需求变化、技术创新应用等多种因素，构建出科学合理的供应链结构；还可以探讨如何利用数字化技术，如大数据分析和人工智能，精准预测客户需求，实现服务资源的动态配置与优化；企业如何通过供应链的协同创新，加强上下游企业间的合作，实现服务流程的无缝对接与成本控制，进一步增强企业的竞争力；本选题还可以关注企业如何通过供应链管理提升企业的可持续发展能力，例如通过绿色供应链建设减少服务过程中的资源浪费与环境影响，推动服务业的高质量发展。

10-5 产业集群下的供应链管理。在产业集群日益成为经济发展重要推动力的当下，供应链管理成为了产业集群内部企业协同增效、提升竞争力的关键环节。这一管理要求企业不仅需具备对产业集群动态的敏锐捕捉力，以精准把握行业趋势和资源整合机会，还需在产业集群内部复杂多变的合作环境中展现出高度的协同性与创新性。尤其是在当前产业转型升级压力增大的背景下，企业更需通过科学的供应链整合与精细化的协作管理，高效对接产业集群内外部的需求与供给，确保供应链的高效运作与可持续发展。本选题聚焦于产业集群视角下，企业如何综合考虑集群特性、市场需求、技术创新等多种因素，构建出适应产业集群特点的供应链管理体系；还可以探讨如何借助数字化平台实现产业集群内信息共享与资源整合，打破企业间的信息孤岛，提升供应链的透明度和响应速度，例如通过建立产业联盟或共享服务中心，优化物流配送、共享研发资源，降低企业运营成本，增强集群内企业的整体竞争力；此外，企业如何通过供应链管理推动产业集群的绿色发展，减



少资源浪费和环境污染，实现经济效益与环境效益的双赢，也是本选题的重要方向。

11 “技术经济学”课程

11-1 大型工程项目决策的智慧化转型。大数据与智能技术不仅加速了工程项目信息、资源与经验的整合共享，还深刻变革了大型工程项目决策的流程与体系。本选题案例可深入剖析多元参与方及多层次协作机制，探讨如何以大数据分析和智能决策支持系统为基石，构建涵盖政府、企业、专家及公众等多方参与的高效决策生态圈，促进项目规划与实施的精准对接与科学优化；研究企业如何利用智能技术搭建透明化、互动式的决策支持平台，增强决策过程的透明度与公众参与度；在跨行业合作中，智能技术如何助力工程项目与科研机构、高校及金融机构的深度联动；以及智慧化项目管理与风险控制如何借助大数据技术实现决策效率与项目效益的双重最大化。

11-2 价值工程与价值构成分析。价值工程不仅促进了项目成本、功能与价值的深度剖析，还革新了项目价值优化的方法与体系。本选题案例可以探究不同项目阶段与价值构成要素，研究以价值工程为核心，项目团队如何构建全方位的价值分析框架，推动成本节约与功能优化的双重目标实现；项目管理者如何利用价值构成分析技术，精准识别并优化项目中的关键价值环节；跨领域合作中，价值工程如何助力项目团队与设计机构、咨询公司及材料供应商的紧密协作；智能化价值评估与决策支持系统如何通过大数据与先进算法，实现项目价值评估的精准化与决策效率的最大化。

11-3 国民经济评价。国民经济评价不仅全面衡量了项目或政策对国民经济整体的影响与贡献，还深化了经济决策的科学性与合理性。本选题案例可以聚焦不同行业与区域发展情境，研究以国民经济评价为导向，企业如何构建包含直接效益、间接效益及宏观经济影响的综合评估体系，确保项目或政策符合国家发展战略与长远利益；企业如何利用宏观经济模型与数据，准确量化项目或政策的正面与负面效应，为政策制定提供坚实依据；企业如何与政府、其他企业、学术机构协同，共同评估大型投资项目或政策对就业、经济增长及资源环境的影响；企业如何将智能化经济预测与模拟技术同大数据与人工智能技术相结合，提升国民经济评价的精确性与前瞻性，为宏观经济决策提供强有力的支持。

11-4 工程项目后评估。工程项目后评估不仅系统回顾并分析了项目从规划到实施再到运营的全过程绩效，还强化了技术经济的学习与改进机制。本选题案例可以以不同类型的工程项目为主题，研究以后评估为手段，项目团队如何构建一个涵盖项目目标达成度、



成本控制效率、环境影响评价及社会经济效益的综合评估框架，以客观数据支撑项目成功的全面评价；企业如何利用后评估结果，识别项目管理中的成功经验和待改进之处，为未来项目提供宝贵的参考与借鉴；跨领域合作中，工程项目后评估如何促进项目团队与科研机构、行业协会及政府监管部门的紧密沟通，共同推动行业标准的提升与项目管理实践的优化；智能化评估工具与数据分析技术如何结合大数据与人工智能技术，提高后评估的精准度与效率，为项目管理持续改进与高质量发展提供强有力的支撑。

11-5 海外项目投融资管理。海外项目投融资管理在全球经济一体化背景下具有重要的战略意义。海外投融资管理不仅精细调控了跨国资本流动与资源配置，还深刻影响了企业的国际化战略与市场竞争力。本选题案例可以以不同行业与地区的海外投资项目为主题，研究以风险管理为核心，企业如何建立一套完善的海外投融资决策体系，确保项目既符合国际规则又适应目标市场的特殊环境；企业如何利用先进的风险评估模型与大数据分析工具，精准预测并应对政治风险、汇率波动、法律合规等潜在挑战，保障投融资活动的安全与收益；跨国合作中，海外投融资管理如何促进企业与国际金融机构、当地政府及合作伙伴的深度协同，共同探索互利共赢的投融资模式；智能化投融资管理系统如何结合人工智能与云计算技术，提升海外投融资决策的效率与精准度，为企业全球化布局提供强有力的金融支持与风险管理能力。

12 “企业伦理”课程

12-1 人工智能或大数据应用背景下的科技向善。在人工智能与大数据蓬勃发展的当下，科技企业在追逐商业利益的赛道上飞速前行，却也深陷数据隐私、算法公平性等伦理困境：一方面，用户数据被大量采集，隐私泄露风险似隐匿于暗处的荆棘，稍有不慎便使用户权益受损；另一方面，算法看似公正客观，实则可能因训练数据偏差或设计缺陷，潜藏不公平、歧视性倾向，加剧社会不平等；然而，部分科技企业已积极探索“向善”治理之路，用行动彰显责任担当。本选题可以讨论科技企业在人工智能或大数据应用中如何平衡商业利益与社会责任，实现科技向善，通过分析具体的企业案例，展示不同企业在这方面的实践和探索；还可以探讨科技向善的治理机制设计，如建立伦理审查机制、制定行业标准、加强监管等，以引导科技企业在追求商业利益的同时，积极承担社会责任；此外，本选题还强调科技企业应将科技向善原则融入企业文化与核心价值观，在企业内部建立相应的激励与约束机制，鼓励员工在技术研发与应用中积极践行科技向善理念，为社会创造



更大的价值。

12-2 企业人力资源管理中的伦理决策与社会责任。在 AI 替代人工、招聘偏见、员工隐私保护等场景频现的当下，企业人力资源管理既面临提升用工效率的诉求，又得兼顾社会公平，陷入两难抉择：一方面，AI 替代人工可提高生产效率，降低人力成本，但过度使用可能引发失业问题，损害劳动者权益；另一方面，招聘过程中的偏见，如基于性别、年龄、种族等因素的歧视，违背公平原则，影响企业声誉；同时，员工隐私保护问题也日益突出，企业为了监控员工行为，可能会收集大量个人信息，导致隐私泄露风险增加。然而，部分企业已积极探索伦理决策与社会责任履行之路，用行动彰显担当。本选题可以探讨企业如何在人力资源管理中平衡用工效率与社会公平，通过分析具体企业案例，展示不同企业的实践和探索；还可以探讨企业如何构建伦理决策框架，如加强企业文化建设，培养员工的伦理意识，制定明确的伦理准则等，以引导企业在招聘、培训、绩效考核、薪酬福利等环节中遵循伦理道德；此外，本选题还强调企业应将社会责任融入人力资源管理的各个环节，关注员工的权益保护、职业发展和社会贡献，为企业的可持续发展和社会的和谐进步做出积极努力。

12-3 企业市场营销中的伦理决策。在当今商业环境中，企业市场营销面临着诸多挑战，尤其是在数据滥用、虚假宣传等争议事件频发的背景下，企业的伦理决策显得尤为重要：一方面，部分企业为了追求短期利益，滥用消费者数据，进行过度精准营销，甚至出现数据泄露事件，严重侵犯了消费者隐私；另一方面，虚假宣传现象屡见不鲜，一些企业夸大产品功效、隐瞒产品缺陷，误导消费者购买，损害了消费者权益。然而，也有不少企业开始重视伦理营销，通过诚信经营、透明信息披露等手段，构建消费者信任。本选题可以探讨企业如何在市场营销中做出符合伦理的决策，平衡商业利益与社会责任。通过分析具体企业案例，展示不同企业在应对市场营销伦理困境时的策略和结果；还可以研究如何构建伦理决策框架，如加强企业文化建设，培养员工的伦理意识，制定明确的伦理准则等，以引导企业在广告、促销、定价等环节中遵循伦理道德；此外，本选题还强调企业应将社会责任融入市场营销的各个环节，关注消费者的权益保护、环境保护和社会公益，为企业的可持续发展和社会的和谐进步做出积极努力。

12-4 公司治理中的伦理议题。在当今商业社会，公司治理面临着诸多伦理挑战，尤其是在股东之间的控制权博弈、股东利益与公众福祉冲突以及董事会投票权博弈等方面：一方面，股东之间为了争夺公司的控制权，常常展开激烈的博弈，这不仅可能导致公司内



部的不稳定，还可能损害中小股东的利益；另一方面，股东利益与公众福祉之间也存在着冲突，一些公司为了追求股东利益最大化，可能会忽视对环境、消费者、员工等利益相关者的责任，从而引发社会争议；此外，董事会投票权博弈也较为常见，不同的利益集团在董事会中争取更多的投票权，以影响公司的战略决策，这可能导致决策的短视化和非伦理化。然而，一些公司已经开始重视伦理在公司治理中的作用，通过优化治理架构，平衡各方利益，实现公司的长期价值。本选题可以探讨公司如何在治理中平衡股东利益与公众福祉，通过分析具体公司的案例，展示不同公司在应对治理伦理困境时的策略和成果；还可以研究如何构建伦理导向的治理机制，如加强公司文化建设，培养管理层和员工的伦理意识，制定明确的伦理准则等，以引导公司在决策过程中遵循伦理道德；此外，本选题还强调公司应将社会责任融入治理架构的各个环节，关注环境、消费者、员工等利益相关者的权益，为公司的可持续发展和社会的和谐进步做出积极努力。

12-5 优秀传统文化在企业道德建设中的应用。在当今中国经济快速发展的背景下，优秀传统文化作为蕴含丰富管理智慧与道德理念的宝库，依然为企业道德建设提供了不可或缺的宝贵资源。本选题旨在深入探索如何将优秀传统文化有效融入企业道德建设的各个方面，具体可以包括：通过分析具体企业的实践案例，展示不同企业在管理制度设计、企业文化建设以及员工价值观塑造过程中，如何借鉴和应用优秀传统文化，并取得的探索成果；探讨如何构建基于优秀传统文化的企业道德评价体系，包括制定明确的道德准则、建立道德监督机制等，旨在引导企业在追求经济效益的同时，不忘积极履行社会责任，实现经济效益与社会效益的双赢；企业如何将优秀传统文化中的伦理道德观念深度融入企业文化与核心价值观之中，通过系统化的培训、激励机制等措施，促使员工树立正确的价值观念，提升员工的道德素质与职业操守，从而为企业的长远发展奠定坚实的人才基础。

13 “运营管理”课程

13-1 数字经济背景下的运营战略与规划。在数字经济，特别是人工智能（AI）技术的推动下，运营管理战略与设计正经历深刻的演变与实践。本选题建议关注数字化转型如何重塑企业的运营战略，涵盖生产方式智能化、供应链管理的透明化与高效化、以及客户服务个性化等多个方面，深入剖析企业在这—转型或数智化进阶过程中的成功案例，提炼其策略与执行要点；也可以总结失败教训，识别转型中的常见挑战与风险，为行业提供可借鉴的宝贵经验，助力企业在数字经济浪潮中稳健前行。



13-2 新技术新理念在运营管理中的应用。在数字经济蓬勃发展的时代，人工智能与机器学习、大数据、5G 与物联网技术、云计算、自动化与智能化工具等新技术的广泛应用，正以前所未有的速度改变着企业的运营管理理念和方式。本选题建议关注企业如何应用这些新技术新理念，应对技术复杂性、数据安全、人才短缺等挑战，提升运营效率和竞争力，实现可持续发展。

13-3 服务运营创新。包括在数字经济蓬勃发展的时代，服务运营创新正成为企业提升竞争力的关键：一方面，服务创新策略与模式、新技术在服务运营中的应用、服务设计思维在服务运营创新中的应用等方面不断涌现新的探索和实践；另一方面，特定行业或领域的服务运营创新也取得了显著进展。本选题建议关注服务创新策略与模式、新技术在服务运营中的应用、服务设计思维在服务运营创新中的应用；以及特定行业或领域的服务运营创新，例如零售行业、金融科技服务、医疗健康服务等行业在数字化转型、线上线下融合等方面的服务运营创新实践。

13-4 平台运营及创新。在数字经济蓬勃发展的时代，平台运营及创新增强了企业的竞争力：一方面，平台运营策略与模式创新、新技术在平台运营中的应用等方面不断涌现新的探索和实践；另一方面，平台内容运营创新与优化、平台国际化运营策略等也日益受到关注并取得显著进展。这些创新实践不仅提升了平台的运营效率和用户体验，也为行业的可持续发展提供了宝贵经验。本选题建议关注：平台运营策略与模式创新、新技术在平台运营中的应用、平台内容运营创新与优化、平台国际化运营策略等主题。

13-5 农业企业运营管理及创新。在现代农业领域，农业企业正通过创新驱动发展，提升运营管理水平：一方面，农业企业供应链管理、技术创新与应用、以及运营模式创新等方面不断涌现新的实践和探索；另一方面，农业企业也在积极推动数字化转型和绿色可持续发展，以适应市场变化和满足社会需求。通过引入新技术、新观念，以市场为导向、以科技为支撑的创新机制正在形成，农业企业正在实现从传统到现代的转型升级。本选题建议关注农业企业供应链管理、农业企业技术创新与应用、农业企业运营管理中的创新实践、农业企业创新驱动发展的运营策略等。

14 “人力资源管理”课程

14-1 人工智能/数字化人力资源管理。在当今数字化时代，人工智能和数字化技术正深刻地改变着人力资源管理的方方面面：一方面，在招聘、培训、生涯管理、绩效评估、



薪酬管理等职能领域的实践不断涌现新的探索和应用；另一方面，数字员工相关的人力资源管理实践以及人力资源管理算法的结合也越来越受到关注。这些实践和探索不仅展示了人工智能和数字化技术在人力资源管理中的巨大潜力，也为企业的数字化转型提供了宝贵的经验和参考。本选题建议关注在招聘、培训、生涯管理、绩效评估、薪酬管理等职能领域的数字化实践，数字员工相关的人力资源管理实践，人力资源管理算法等。

14-2 经济转型期企业人力资源管理策略。在经济转型期，企业面临着诸多挑战与机遇，人力资源管理策略至关重要：需要建立健全的劳动关系管理体系，加强与员工的沟通与协商，及时解决劳动纠纷，保障劳动者的基本权益等。同时，企业还应关注关键员工和明星员工的职业发展，为其提供更多的培训和晋升机会，充分发挥其潜力和价值。这些实践和探索不仅有助于提高员工的满意度和忠诚度，还能为企业的可持续发展提供有力支持。本选题建议关注企业和谐劳动关系构建、劳动关系中的冲突与沟通、劳动者权益保障，以及关键员工、明星员工的培养与使用等。

14-3 全球化背景下的人力资源管理。在全球经济一体化加速的背景下，企业人力资源管理正面临多维度的战略升级需求。随着跨国人才流动与产业布局交织，全球化人才选拔机制需突破传统边界，通过构建跨文化胜任力模型与数字化招聘平台等，精准匹配多元市场对复合型人才的需求。全球化人力资源管理的核心在于构建弹性组织架构与文化共识机制，既要运用数字技术打破地理边界实现资源最优配置，更需通过价值观融合激发多元团队创造力，最终形成战略韧性、合规底线与人文关怀兼备的管理范式。本选题建议关注全球化的人才选拔与配置、全球化人才的归国管理、全球化人才的培养与开发、全球化人才的绩效与薪酬管理，以及中国“出海”企业人力资源管理的合规性、ESG与人力资源管理等方面。

14-4 根植于中国优秀传统文化的人力资源管理模式。根植于中国优秀传统文化的人力资源管理模式，不仅强调对传统文化的传承与创新，更加注重探索与现代企业管理相结合的新路径。这一模式不仅丰富了人力资源管理的文化内涵，更为企业的发展注入了新的活力与智慧。众多本土企业致力于开发适用于中国式管理现代化的人力资源管理工具，并已在该领域取得了显著成效。这些工具在实践中得到了广泛应用，并取得了良好效果，有助于企业更好地激发员工的潜能，促进组织的和谐与持续发展。本选题建议展示由本土企业开发的、已投入使用并具有良好成效的人力资源管理工具，以及发扬中国传统文化、红色文化的人力资源管理实践。



15 “项目管理”课程

15-1 项目价值实现的管理过程。围绕项目价值实现过程中的范围管理、进度管理、成本本理、质量管理、干系人管理等管理维度的问题决策以及多个管理维度的冲突与平衡，呈现项目价值实现的管理过程。案例可以以单一项目展示如何围绕项目生命周期的价值实现，开展多方位的项目管理，对其动态过程进行描述，呈现如何通过具有内在逻辑的项目管理助力项目目标和项目价值实现，服务于项目驱动型企业的核心竞争力构建。

15-2 数智赋能项目管理。在人工智能和数字化转型背景下，探讨新兴场景、技术、工具、方法对项目管理所带来的挑战、机遇和变革。案例应关注数智时代下的项目管理新思路，探索数字化背景下重构企业项目管理系统的的方法和过程，探讨敏捷项目管理、数字化项目管理的新兴实践，探讨数字化工具方法赋能项目管理的路径。这些案例将提供数字技术快速发展环境下，如何推行项目管理活动的前沿见解。

15-3 中国情境下的特色项目管理。在中国情境下，项目管理案例应聚焦如何通过项目和项目管理服务国家战略实现和经济社会发展需求。案例可以包括针对关键核心技术突破的复杂新产品开发项目管理案例，服务于重大工程建设组织需要的跨组织重大工程项目管理案例，服务于“双碳”战略实现的绿色项目管理案例，服务于“一带一路”倡议推进的国际化项目管理案例等，为中国企业如何在服务国家战略、响应市场需求和参与全球竞争的背景下，通过项目管理提高核心竞争力提供鲜活实践。

16 “组织行为学”课程

16-1 新兴组织结构设计及变革。新兴组织结构设计及变革正成为当前企业管理的重要议题。随着数智化、人工智能等新兴科技的迅猛发展和企业社会责任的日益凸显，传统的组织结构已难以全面应对快速变化的商业环境。新型组织结构设计不仅要求充分考虑技术创新带来的效率提升，更要紧密结合伦理观念和社会责任，致力于构建可持续发展的组织模式。本选题可以结合新兴科技背景下的组织设计案例，深入分析不同组织形态在变革过程中的适应性与发展潜力，以期为企业实践提供有益的参考和启示。

16-2 新型人机交互团队。新型人机交互团队是智能时代下的重要组织形式，它涵盖了人类与智能机器的协同工作，形成了独特的人智混合团队。这一新型团队模式不仅带来了团队管理上的新挑战，也孕育着前所未有的机遇。本选题可以通过具体案例深入分析人机交互对团队结构、团队决策以及团队绩效的深远影响；还可以聚焦人机协作如何逐步改



变传统团队管理的理念与实践，为构建更加高效、智能的团队管理模式提供有益的启示和借鉴。

16-3 数智化情境的个体特质重塑。数智化情境的个体特质重塑是当前社会发展的重要趋势。随着技术的飞速进步和智能化工具的广泛应用，个体的认知模式、情感体验、情绪管理以及创造力等心理特质正在经历深刻的变革。这种变革不仅影响着个体的日常行为和决策方式，更为个体在数智化情境中重塑自我提供了前所未有的机遇。本选题可以深入探讨个体如何在数智化环境中调整自己的认知结构、优化情感与情绪管理，从而激发创新思维，更好地适应新的工作方式，实现个人价值的最大化。

16-4 新型领导力与领导过程。随着科技创新的日新月异、新生代员工的快速崛起以及数智化转型的全面推动，对领导力的要求以及领导过程的形式均发生了深刻变化。新型领导力不仅需要领导者勇敢应对技术革新带来的种种挑战，还需妥善管理由代际差异、权力地位变动以及伦理道德问题所引发的复杂情境。本选题可以通过具体案例，深入剖析领导者如何灵活调整领导风格，巧妙处理领导力悖论，积极探索新的权力地位分布特征，从而有效推动团队与组织的持续健康发展。

17 “战略管理”课程

17-1 价值观、企业家精神和变革思维。在当今快速变化的商业环境中，价值观、企业家精神和变革思维已成为企业成功的关键要素。价值观是企业的灵魂，是企业文化的核心，决定了企业的行为准则和发展方向；企业家精神是对机遇的敏锐洞察和勇于承担风险的精神，是企业创新和成长的动力源泉，推动企业在复杂环境中不断突破；变革思维则是企业在不确定性中寻找机遇、适应变化的重要能力，是对市场动态的快速响应和持续创新的能力。本选题建议围绕企业价值观、企业家精神和变革思维展开，将战略聚焦于某一核心要素的深化与应用，或者从经典理论中选取某一重要构念，如利益相关者理论中的价值共创，或组织学习理论中的知识转化，构建企业的竞争优势。通过案例分析，探讨企业如何在实践中坚守价值观、激发企业家精神和培养变革思维，从而实现可持续发展并应对未来挑战。

17-2 战略性新兴产业及未来产业的战略环境。随着新一轮科技革命和产业变革的加速推进，战略性新兴产业和未来产业已成为推动经济高质量发展的重要引擎。新质生产力作为科技创新与产业升级的核心动力，其内涵包括技术革命性突破、生产要素创新性配置



以及产业深度转型升级。这些特征为战略性新兴产业和未来产业的发展提供了新的方向和路径。本选题建议研究者基于新质生产力的内涵，运用科学方法分析企业外部环境，重点关注技术变革、市场需求、政策导向等因素对产业发展的影响；通过深入的调研与资料采集，采编相关案例，特别是营商环境优化的案例；此外，研究者还可以探讨如何通过优化产业政策、加强科技成果转化、提升产业链供应链韧性等方式，为战略性新兴产业和未来产业的战略布局提供理论支持和实践指导。

17-3 不同类型企业的独特战略。战略管理具有较强的企业特定性，本选题可以根据不同维度对企业进行分类，进一步探讨不同类型企业的独特战略。例如，不同所有权企业（包括国有企业、民营企业和家族企业）的战略管理各有特点：国有企业注重资源整合与政策导向，民营企业强调灵活应变与市场导向，而家族企业则更关注长期稳定与传承；追赶性企业和引领性企业的战略选择也存在差异：追赶型企业通常聚焦于技术引进与成本控制，而引领型企业则更注重创新突破与市场引领；大型企业集团和专精特新企业的战略制定也各有侧重：大型企业集团通过多元化布局 and 资源整合提升竞争力，专精特新企业则聚焦细分领域，通过技术创新和专业化服务打造核心竞争力。此外，在乡村振兴和城乡融合的情境下，代表性企业的战略管理也值得关注。这些企业通过产业融合、资源优化配置以及与地方政府的协同合作，推动区域经济的协调发展。

17-4 数字经济背景下新型组织模式战略管理。数字经济的快速发展催生了许多新型组织模式，如网络组织、虚拟企业、平台企业、商业生态系统等。这些新型组织模式在战略管理上展现出独特的需求和实践路径。例如，虚拟企业通过跨边界协作和数字技术实现高效运营，强调敏捷性和资源整合能力；平台企业则通过构建多边市场，实现价值创造和传递，其战略管理更注重生态系统的构建与维护。此外，数据驱动型组织的兴起也推动了企业战略管理的变革，要求企业具备快速响应市场变化的能力。本选题建议研究者深入挖掘这些新型组织模式的战略管理实践经验，采编相关案例。可以关注以下方向：一是如何通过数字化转型提升组织的灵活性和敏捷性；二是平台企业如何通过战略管理实现生态系统的可持续发展；三是虚拟企业如何利用数字技术优化资源配置和协作效率。这些研究将为数字经济时代的企业战略管理提供理论支持和实践指导。

17-5 战略决策者与领导者认知及心智。基于认知心理学、注意力基础观等理论，战略管理的成败取决于战略决策者与领导者的认知与注意力配置、心智模式与情绪管理等心理因素。战略决策者的心智模式和认知边界直接影响其对市场机会和威胁的识别能力。例



如，注意力基础观认为，管理者有限的注意力配置决定了企业战略决策的方向和效率。同时，领导者的情绪管理能力也会影响团队的决策氛围和执行力。本选题建议作者围绕这些因素采编案例，深入挖掘战略决策与领导的底层逻辑。例如，如何通过提升领导者的认知复杂度来优化战略决策，或者分析管理者注意力配置对企业创新和战略调整的影响。

17-6 特色化场景战略。场景创新为王的时代，场景战略串联智能经济，场景战略决定智能商业，场景设计成为贯穿商业的核心竞争力，场景战略的背后是技术驱动的全新经济范式，场景的背后是消费体验的全过程交付，是空间技术的全面应用，场景战略的背后是技术的全面商业化和产业的升级。本选题建议围绕企业聚焦场景，将战略围绕企业某一场景进一步细化和拆解，或者以经典理论中的某一核心构成要素构念，如资源基础理论的稀缺性，不可模仿等打造竞争壁垒，进行相关案例开发，帮助学生更好理解如何应用理论进行分析。

17-7 百年企业传承与创新战略。随着经济现代化的推进，企业在面临环境变革时，需在传承与创新之间找到平衡。一方面，百年企业需传承和保护传统工艺与文化，坚守核心价值观和匠心精神，这是企业基业长青的基石；另一方面，企业必须通过创新适应快速变化的市场需求和消费趋势，优化现有业务模式以实现持续增长。本选题建议作者探讨如何在传承中实现创新，例如研究百年企业如何通过数字化转型提升生产效率和产品质量，或如何通过品牌创新与年轻化策略拓展市场。同时，可关注企业如何在坚守核心价值观的同时，灵活调整战略以应对市场变化，如老字号通过“新伙伴”“新模式”等创新营，实现品牌与区域经济的共同发展。

18 “市场营销”课程

18-1 人工智能背景下的市场洞察与消费者行为。人工智能技术的快速发展极大地提升了市场数据收集、分析与洞察能力，并重塑了对消费者行为的理解与预测。尽管大数据和机器学习在构建消费者画像、需求预测等方面经验较为丰富，但在挖掘消费者心理、情感及社交影响等复杂特征上仍显不足。因此，人工智能在市场洞察与消费者行为分析领域备受关注。本选题将探讨：利用 AI 深化市场趋势预测，特别是消费者偏好和新兴市场需求；提升消费者行为模型精度，实现个性化市场细分与产品定位；AI 在消费者情绪分析、社交影响评估中的应用；企业如何利用这些洞察优化产品设计、营销策略和客户服务，以在市场竞争中获取优势等。



18-2 人工智能背景下的组织间营销。人工智能技术的快速发展促进了组织间市场信息、消费者洞察及营销策略的快速流通，并改变了组织间营销的合作与互动模式。尽管目前面向消费者有丰富的实践案例，但面向企业和政府或组织的案例却相对较少。因此，深入挖掘这些案例变得关键。本选题关注：人工智能推动企业创新合作模式，构建多元组织参与的营销生态系统，特别是在面向企业和政府或组织的场景下实现市场细分与精准营销；利用 AI 搭建组织间高效共享的营销协作平台，优化资源配置；利用 AI 实现智能化客户管理与营销自动化，特别是在面向企业与政府的大客户管理中，提升个性化服务体验与营销效能。

18-3 人工智能背景下的客户关系管理。人工智能技术的迅猛进步提升了企业对市场信息的处理速度，深化了对消费者行为的理解，并对传统客户关系管理带来了变革。尽管在面向普通消费者时，AI 技术已成功应用于顾客细分和个性化推荐，但在关系营销，尤其是顾客忠诚度提升和高科技产品营销方面，实践案例相对匮乏。面对国家科技创新推动和高科技产品不断涌现的挑战，本选题将聚焦：AI 技术如何创新客户关系管理策略，深化顾客忠诚度，特别是在高科技产品营销中构建独特顾客体验；优化客户数据分析，实现精准顾客细分与个性化服务；构建智能化服务系统，提升服务效率与质量，特别是在处理大客户关系时；以及借助 AI 技术实现客户关系管理自动化与智能化，优化资源配置，提升整体运营效率。

18-4 中国传统文化赋能的企业营销。中国传统文化丰富了企业营销的内涵与创意，为品牌塑造与市场传播提供独特视角。深入探索传统文化营销实践，挖掘其市场价值与文化影响力尤为重要。本选题聚焦：企业如何在不同业务中融入传统文化元素，构建有文化底蕴的营销生态系统，实现市场定位与精准营销；如何利用传统文化搭建特色营销平台，增强品牌认同感；在跨界合作中，传统文化如何促进企业与各方深度合作，共同推动文化传承与创新；企业如何融合传统文化，实现营销内容创新与差异化，传递文化深层意义，提升营销效果，为品牌注入持久生命力与影响力。

18-5 国际营销与企业出海。全球化加速拓宽企业市场空间，要求企业深入理解国际消费者需求，改变国际营销模式。尽管面向成熟市场的国际营销案例丰富，但企业出海，特别是新兴市场开拓、跨文化营销及高端制造产品国际化方面的案例仍很稀缺。为了解决中国企业出海发展所面临的重大挑战，本选题聚焦：全球化背景下，企业如何创新国际营销策略，深化海外消费者品牌认知，特别是在高端制造产品国际化中构建独特品牌形象；



利用数字化工具优化国际市场分析，精准定位与差异化营销，特别是在新兴市场开拓中定制化营销；跨文化沟通能力如何助力构建和谐客户关系，提升服务体验，特别是在与大客户合作中实现共赢与品牌忠诚度提升；以及借助数字化与智能化技术，实现国际营销流程自动化与决策智能化，优化资源配置，提升全球运营效率。

18-6 高科技产品的市场营销。数字技术与智能化工具的深度融合正在重构高科技产品的营销范式，驱动营销策略向精准化、场景化与生态化方向迭代。尽管当前营销实践在技术功能传播、用户数据采集等领域已形成成熟模式，但在高认知门槛产品的用户教育、复杂技术价值的情感化传递及跨产业链生态协同营销等方面仍面临挑战。因此，如何以技术创新破解营销壁垒、构建科技与人性化体验的平衡点成为核心议题。本选题聚焦：企业如何通过技术赋能实现从“功能推销”到“价值共鸣”的营销升维，在科技理性与用户感知间建立可持续连接；企业如何构建以用户为中心、以数据为驱动、以生态为载体的智能营销新体系，包括解析用户隐性需求，构建数字孪生营销生态，实现研发-生产-服务全链条数据互通与资源协同；设计具有文化适配性的技术价值传递路径，跨产业探索智能硬件与垂直场景的深度融合模式，形成“技术+服务+体验”的立体化营销解决方案等。

中国管理案例共享中心

2025 年 3 月