**上海财经大学会计学（专升本）专业考试计划(2026年版)**

**（专业代码：120203K）**

**一、指导思想**

高等教育自学考试是我国高等教育基本制度之一，是对社会自学者进行的以学历考试为主的高等教育国家考试，是个人自学、社会助学、国家考试相结合的高等教育形式，也是我国高等教育体系的重要组成部分。

全面贯彻新时代党的教育方针，体现“教育要面向现代化，面向世界，面向未来”的精神，以“强化特色，注重创新，走以质量提升为核心的内涵式发展道路”为指导，适应当前和未来国家经济发展对会计人才的需要。

考试计划以学生为本、秉承因材施教原则、突出自考生特点，合理设置和安排课程体系，重视实践能力的培养，优化自考生知识结构，强调知识能力和综合素质的全面培养以及社会责任精神的培养。

**二、学历层次及规格**

本专业学历层次为大学会计学本科，人才规格为会计学大学本科教育。学生完成会计学考试计划规定的全部课程与考试标准，获得相应学分及成绩合格，则准予毕业并授予大学本科毕业文凭。若考生符合《中华人民共和国学位条例》《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》及《上海财经大学授予高等学历继续教育本科毕业生学士学位实施办法》要求，经学校学位委员会审议通过，授予管理学学士学位证书。

**三、培养目标与基本要求**

本专业培养目标是掌握国内先进管理理念和方法，熟悉中国会计准则与会计实务，以及“互联网+”环境下会计服务模式，具备会计学等基本知识和专业技能，以及会计信息应用能力，能胜任在国内企业、中介机构、政府机构、事业单位及其他相关部门从事会计实务工作。

本专业基本要求涵盖7个方面：

1.掌握会计学、公司理财、审计学等学科的基本理论、基本知识；

2.掌握会计学分析的基本方法和技能；

3.熟悉国家会计准则，了解国际会计惯例等方面的基本政策和法规；

4.了解现代会计学的理论前沿、应用前景、发展动态、行业需求和国际趋势；

5.具有一定的会计学领域科学研究和实际工作能力，满足会计行业的工作需求；

6.具有较强的语言与文字表达、人际沟通、信息获取能力，以及分析和解决会计问题的基本能力；

7.具备较强的对新知识、新技能的学习能力和一定的创新创业能力。

**四、课程设置与学分**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 考试方式 | 考试类别 | 备注 |
| 公共基础课 | 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 笔试 | 必考 |  |
| 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 | 笔试 |  |
| 3 | 13000 | 英语（专升本） | 7 | 笔试 |  |
| 4 | 04184 | 线性代数（经管类） | 4 | 笔试 |  |
| 专业核心课 | 5 | 00160 | 审计学 | 4 | 笔试 |  |
| 6 | 13140 | 财务会计（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 7 | 06213 | 会计信息系统 | 6 | 笔试 |  |
| 8 | 13887 | 经济学原理（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 9 | 13683 | 管理学原理（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 10 | 08119 | 管理会计 | 5 | 笔试 |  |
| 推荐选考课 | 11 | 13143 | 税法 | 5 | 笔试 | 选考 | 选考不少于4门课程，不低于20学分 |
| 12 | 13141 | 财务报表分析 | 5 | 笔试 |
| 13 | 04183 | 概率论与数理统计（经管类） | 5 | 笔试 |
| 14 | 09622 | 公司战略与风险管理 | 3 | 笔试 |
| 15 | 00067 | 财务管理学 | 6 | 笔试 |
|  | 16 | 13750 | 会计案例分析（实践） | 4 | 实践 | 必考 |  |
| 17 | 10199 | 毕业论文 | 不计学分 |  | 必考 |  |
| 总学分 | 74及以上 |  |  |  |

**说明：**财务管理学（00067）为非经管类专业专科毕业生必考课程。

**五、主要课程说明**

1.审计学

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述审计学基本概念、基本原理、审计实务。学习者通过本课程学习，应理解审计在社会经济中的重要性，掌握审计基本理论、基本方法和基本技能，适应民间审计、国家审计和内部审计工作要求，以及能在企业、政府部门等各项管理工作岗位中发挥审计应有的作用。

2.财务会计（中级）

本课程为专业核心课。本课程主要内容以财务会计目标为导向，以对外报告会计信息生成为主线，重点阐述研究财务会计基本理论体系、会计要素确认、计量、记录与报告，财务报告体系的构成及编制方法等。学习者通过本课程学习，应理解和掌握公司制企业正常经营过程的会计问题，是学习会计学专业后续课程的基础。

3.会计信息系统

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述计算机在会计学领域的应用原理、技术和方法。这门课是会计学与IT技术相结合的产物，主要理论基础涉及会计学、信息论、系统论等现代信息技术。学习者通过本课程学习，应理解和掌握会计信息系统的基本概念、基本理论和基本方法，能够从系统观、信息集成观出发，理解财务与业务的关系，从企业资源规划和管理角度实现会计对经营活动的全过程核算、控制与管理。

4.管理学原理（中级）

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述人类管理活动普遍规律、基本原理和一般方法。学习者通过本课程学习，应掌握管理学概念、管理思想和管理学发展史、管理的基本职能及应用方法，为后续相关专业课程的学习奠定基础，同时学会分析案例，解决实际问题，把学科理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，提高分析解决问题的能力。

5.管理会计

本课程为专业核心课。本课程是现代会计学体系的重要分支，阐述的主要内容与财务会计相对应，通过对财务信息深加工和再利用，预测经济前景、参与经济决策、规划经营目标、控制经济过程、考核评价经营业绩。重点分析研究企业内部经营管理以及企业应该如何有效控制现在和科学地规划未来。学习者通过本课程学习，应掌握管理会计的基本概念和基本原理，能运用管理会计系列分析技术与方法解决实际问题。

6.税法

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述我国税收体系和税法体系，重点分析研究增值税、消费税、企业所得税和个人所得税等主要税种以及税收征管。学习者通过本课程学习，应掌握税法基本知识，流转税法与所得税法，了解我国现行税收体系，应该掌握税收征收办法及计算方法，为从事税务工作、会计实务工作以及企业管理工作打下基础。

7.财务报表分析

本课程为推荐选考课。本课程主要内容以企业财务报表为基础，围绕财务报表分析和实际应用展开学习。本课程以实际案例入手，阐述企业投资决策、财务预测、战略分析、经营决策、企业估值、信用评估、资产管理、业绩评价，以达到正确评价企业的财务状况、经营成果和财务绩效，揭示企业未来收益和风险的目的。学习者通过本课程学习，应掌握财务报表分析步骤和方法，加深对财务报表内容理解，有效地使用财务报告信息，正确评价企业经营成果和财务状况的能力，更好地为管理和决策服务。

8.公司战略与风险管理

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述公司战略和风险管理的基本概念、基本原理、基本方法等，重点研究分析公司战略整体实施过程和财务战略、风险管理实务与案例。学习者通过本课程学习，应能从企业总体发展的角度，制定使企业长期生存和发展的战略，提高分析和处理企业战略管理的综合能力和决策能力。

9.财务管理学

本课程为推荐选考课。本课程主要内容以资本市场为背景，以现代公司制企业为对象，重点阐述与研究公司资本筹集与运用问题。学习者通过本课程学习，应掌握企业投融资决策和营运资金管理的原理方法，理解企业资本结构，资本成本和财务风险之间的关系，具备对企业财务管理基本问题进行分析决策的能力。

**六、实践性环节学习考核要求**

1.实践性环节课程

实践性环节课程“会计案例分析”4学分，考核方式是由考生撰写案例报告，课程成绩采用百分制。实践性环节学习考核的目的是为符合会计学专业人才培养要求，在学生熟悉并掌握会计学和经济管理基本理论、基本知识的基础上，具备分析解决会计问题的实际应用能力，引导自考生将课程知识与会计岗位实操紧密结合，撰写高质量的社会调查与社会实践的案例分析报告。

2.毕业论文

毕业论文是本科学生在掌握本门学科的基础理论、专业知识和基本技能的基础上，进行科学研究工作的训练，培养独立工作能力，全面提高学习质量的重要环节。学生在完成规定的学分之后，在导师指导下独立完成毕业论文环节。毕业论文不计学分。

**七、其他必要的说明（报考条件、毕业与学位证书颁发等）**

1.报考条件：报考本专业自考学生需具有基础会计学、财务管理学等本专业所需的基础知识。其中非经管类专业专科毕业生报考，需要在推荐选考课程中，必考一门财务管理学（00067）。

2.毕业：学生在规定的时间内完成培养方案规定的全部课程与学习任务，包括实践性学习环节课程及毕业论文，符合各项要求者，准予毕业并发给毕业证书。

3.学位：毕业生符合《中华人民共和国学位条例》《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》及《上海财经大学授予高等学历继续教育本科毕业生学士学位实施办法》要求，由本人申请，经上海财经大学学位委员会审查通过，授予管理学学士学位。

4.本专业考试课程不得少于14门，总学分不得少于74学分。其中必设课程10门，共计50学分；选设课程不得少于4门，不得少于20学分。考试课程相关的实践考核环节部分不单独计入课程总门数。本专业课程门数和学分设置符合专业基本规范。

**上海财经大学市场营销（专升本）专业考试计划(2026年版）**

**（专业代码：120202）**

**一、指导思想**

高等教育自学考试是我国高等教育基本制度之一，是对社会自学者进行的以学历考试为主的高等教育国家考试，是个人自学、社会助学、国家考试相结合的高等教育形式，也是我国高等教育体系的重要组成部分。

本专业考试计划根据我校“复合型、外向型、创新型”的人才培养规格，以促进自考学生“素质、知识、能力”的全面发展，以培养具备扎实的商务分析能力，能适应市场化竞争，具有卓越创新能力的未来商业人才为目标，在《高等教育自学考试专业基本规范》的基础上制定。

本考试计划强调经济学理论、管理学理论在市场营销中的基础地位，强调计量经济学方法和数据处理技术在企业管理实践和市场营销中的应用，强调“厚基础、宽口径”，重视先进市场营销思想和市场营销理论，以“基于强基础、重应用、专业化培养创新人才的培养模式”为基本理念，推进自考学生“同质等效”的培养，旨在为人才成长、经济发展和社会进步做出贡献。

**二、学历层次及规格**

本专业自考学生通过自主学习和专业课程考试应该达到以下专业人才规格要求：

（一）素质方面

1.掌握马克思主义的基本原理，坚持四项基本原则；

2.能够践行社会主义核心价值观；

3.热爱祖国，遵纪守法，品行端正，遵守学术规范与道德；

4.具备良好的人文素养和文化底蕴；

5.具有社会责任感和使命感；

6.具有健康的体魄和健全的人格。

（二）知识方面

1.工商管理基础知识体系；

2.经济学类基础知识体系；

3.完整的市场营销学科知识体系；

4.营销决策和分析、计算机应用软件和专业外语等工具类知识；

5.按照个性化培养的卓越型和创业型人才的相应知识；

6.完成考试计划规定的全部课程（包括实践环节），成绩合格，并获得相应学分；

7.完成毕业论文并通过答辩。

（三）能力方面

1.具备扎实的经济学和管理学理论功底和分析能力；

2.具备对市场营销学知识的深入理解和应用能力；

3.了解市场营销学理论在企业管理中的应用与实务；

4.具有熟练运用市场调研、数据分析和决策分析工具的能力；

5.具备较强的中英文表达能力和人际沟通能力；

6.初步具备创业型和实践型人才的基本素养。

**三、培养目标与基本要求**

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有较高的科学文化素养、职业道德水准、创新创业能力和社会责任感，适应社会和经济发展需要，具备管理学、经济学和市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能以及市场营销领域的专业技能，有一定的数学思维能力，能够在企事业单位及政府部门从事市场调研、市场开发、销售管理、国际营销、品牌营销和商务策划等营销与管理方面工作的较高素质的应用型专门人才。

本专业要求学生在经济学、管理学的基本理论和基本知识基础上，能全面掌握市场营销学的专业理论和知识，具备市场调研、产品管理、广告及公关策划、销售管理与策划、渠道及物流管理、客户开发与维护的基本能力，并具有产品（服务）销售市场开发、客户服务支持、渠道管理与维护以及大数据应用等的实践能力。

**四、课程设置与学分**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 考试方式 | 考试类别 | 备注 |
| 公共基础课 | 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 笔试 | 必考 |  |
| 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 | 笔试 |  |
| 3 | 13000 | 英语（专升本） | 7 | 笔试 |  |
| 4 | 04184 | 线性代数（经管类） | 4 | 笔试 |  |
| 专业核心课 | 5 | 00184 | 市场营销策划 | 5 | 笔试 |  |
| 6 | 00098 | 国际市场营销学 | 5 | 笔试 |  |
| 7 | 13887 | 经济学原理（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 8 | 13683 | 管理学原理（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 9 | 14443 | 消费者行为学 | 6 | 笔试 |  |
| 10 | 00908 | 网络营销与策划 | 3 | 笔试 |  |
| 00909 | 网络营销与策划（实践） | 2 | 实践 |  |
| 推荐选考课 | 11 | 03601 | 服务营销学 | 5 | 笔试 | 选考 | 选考不少于4门课程，不低于20学分 |
| 12 | 07043 | 供应链管理 | 6 | 笔试 |
| 13 | 00186 | 国际商务谈判 | 5 | 笔试 |
| 14 | 00178 | 市场调查与预测 | 6 | 笔试 |
| 15 | 00051 | 管理系统中计算机应用 | 3 | 笔试 |
| 16 | 00896 | 电子商务概论 | 4 | 笔试 |
| 17 | 00058 | 市场营销学 | 5 | 笔试 |
|  | 18 | 14954 | 市场调查与预测（实践） | 2 | 实践 | 必考 |  |
| 19 | 10211 | 毕业论文 | 不计学分 |  | 必考 |  |
| 总学分 | 72及以上 |  |  |  |

**说明：**市场营销学（00058）为非经管类专业专科学生必须选考的课程。

**五、主要课程说明**

1.市场营销策划

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述营销策划的基础知识、基本理论和基本方法。主要理论基础涉及市场营销学、管理学、经济学、广告学和信息科学等基础知识。学习者通过本课程学习能够全面掌握营销策划过程与创意、市场调研策划、营销战略策划、企业形象策划、产品策划、价格策划、渠道策划、促销策划、广告策划、公共关系策划、网络营销策划等的流程、内容和方法，具备应用营销策划理论和方法的实际操作能力。

2.国际市场营销学

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述国际市场营销理论和方法。主要理论基础涉及市场营销学的理论和方法。学习者通过本课程学习能够全面了解与认识国际市场环境，熟悉国际市场细分、国际目标市场选择和国际市场定位的方法，熟练掌握国际市场产品策略、国际市场定价策略、国际市场分销策略和国际市场促销策略，具备观察和分析国际市场营销问题的正确方法，具有解决国际市场营销问题的能力。

3.消费者行为学

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述消费者在获取、使用、消费和处置企业产品和服务过程中所发生的心理活动特征和一般行为规律，反映了研究消费者心理与行为的应用性知识和方法。主要理论基础涉及市场营销学、心理学等基本理论和知识。学习者通过本课程学习能够全面理解消费者的心理规律和心理需要、购买动机和购买行为及其决策模式，熟悉掌握不同消费者群体的心理与行为，消费者满意和消费者忠诚，营建良好的消费环境，提高企业营销活动效果，增强营销策略有效性等方面的基本技能。

4.网络营销与策划

本课程为专业核心课。本课程主要内容是阐述网络营销的概念、特点及内容，网络营销的类型，网络营销策划的流程，常用的网络营销工具等基础知识和技术。主要理论基础涉及市场营销学、电子商务概论、计算机基础、计算机网络等基本知识和技能。学习者通过本课程学习不仅能全面了解电子商务、在线消费者行为、网络推广、搜索引擎优化、社交媒体营销等知识和技能，而且还可以掌握应用搜索引擎营销、电子邮件营销、直播营销、微信营销、微博营销、移动互联网营销等营销模式和营销工具，为做好营销策划工作提供更多的技能支持。

5.服务营销学

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述服务营销理论与原理、服务营销规划与过程以及服务营销策略与方法。主要理论基础涉及市场营销学、管理学等基础知识和技术。学习者通过本课程学习能够全面理解服务产品与行为的性质和特征、服务营销组合策略应用与服务营销过程实践以及对服务营销的管理等，并能全面掌握企业服务营销的各种技能和具备服务营销管理的能力。

6.供应链管理

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述供应链管理的本质和内涵、供应链管理的理论框架、供应链管理的内容和相关运作技术与方法。学习者通过本课程学习能够掌握供应链管理的理论知识，了解供应链协调与优化方法、熟悉并应用供应链管理的技术和方法，具备面对供应链风险的应对能力。通过运用供应链管理思想、观点和方法，对企业供应链中的信息流、物流、资金流、人员流等进行计划、组织、协调和控制，并能对企业供应链中的各种实际问题进行分析和判断，提出有效的管理和运作方法。

7.国际商务谈判

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述国际商务活动中的商务谈判基本原理、商务谈判程序与结构、商务谈判策略与技巧。主要理论基础涉及经济学、国际贸易实务、跨文化管理等基础知识和方法。学习者通过本课程学习能够了解和掌握国际商务谈判的基本原理和要旨，熟悉国际商务谈判过程和实务运作，灵活运用谈判策略和谈判技巧，为从事国际和国内商务谈判活动、避免国际和国内商务谈判中的各种风险打下一定的基础。

8.市场调查与预测

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是比较全面阐述市场调查与预测的基本理论、知识和方法。市场调查与预测是企业经营决策、市场研究、营销工作等的基础和前提。学习者通过本课程学习能深刻理解市场调研流程中的每一个步骤：如何定义问题与确立调研目标；如何设计调研方案，收集资料，开展实地调查；如何界定度量标准，设计调查问卷，确定样本计划；如何分析处理数据收集中的偏差；如何进行市场调研中的预测分析；如何撰写调研报告等。通过理论联系实际，培养和提高学习者正确开展市场调研工作以及解决企业经营决策和营销问题的能力，以适应现代企业经营管理工作的需要。

9.管理系统中计算机应用

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述计算机在管理系统中应用的原理、技术和方法。以理论上必需、够用为度，突出实践技能培养，主要理论基础涉及企业管理系统、信息论、系统论等的现代信息知识和技术。学习者通过本课程学习，应能理解掌握一定的计算机应用程序与设计、系统规划与设计等的知识，熟悉管理系统中计算机应用概况；了解企业管理信息化平台，管理信息系统开发与应用的方法，能够从系统观、信息集成观出发，理解信息应用与开发、信息管理与业务的关系，掌握和具备在各项管理系统中计算机应用的基本技能和实践能力。

10.电子商务概论

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述电子商务的完整概念、模式、基本原理、关键技术及其应用。电子商务是IT技术与商务的结合，是实践性较强的课程。主要理论基础涉及管理信息系统、计算机网络技术、数据库技术、互联网技术、管理学及市场营销学等的基本原理和技术。学习者通过本课程学习，能够理解和掌握电子商务的基本知识、基本技术，熟悉电子商务系统在各行业中应用的技术架构、功能和常用技术，为开展和从事各行业中的电子商务工作、做好网络营销、网络金融等商务活动打下扎实的基础。

11.市场营销学

本课程为推荐选考课。本课程主要内容是阐述市场营销的全面观念与完整过程、市场营销基本原理与战略、市场营销各种策略和方法。主要理论基础涉及管理学、经济学的基本理论和知识。学习者通过本课程学习应能掌握和具备市场营销活动中的市场调研、消费者行为分析、产品管理、广告及公关策划、销售管理与策划、渠道及物流管理、客户开发与维护等的基本知识和技能，同时，具有产品（服务）销售市场开发、客户服务支持、渠道管理与维护以及大数据应用等的实践知识和综合能力。

**六、实践性环节学习考核要求**

1.实践性环节课程

根据本专业特点确定本专业学生实践环节学习，包括实践课程和毕业论文。其中：必须完成的实践课程为：网络营销与策划2学分；市场调查与预测2学分。

2.毕业论文

毕业论文是本科学生在掌握本门学科的基础理论、专业知识和基本技能的基础上，进行科学研究工作的训练，培养独立工作能力，全面提高学习质量的重要环节。学生在完成规定的学分之后，在导师指导下独立完成毕业论文环节。毕业论文不计学分。

**七、其他必要的说明（报考条件、毕业与学位证书颁发等）**

1.报考条件：报考本专业自考学生需具有经济学、管理学等本专业所需的基础知识。其中非经管类专业专科毕业生报考，需要在推荐选考课程中，必考一门市场营销学（00058）。

2.毕业：学生在规定的时间内完成培养方案规定的全部课程与学习任务，包括实践性学习环节课程及毕业论文，符合各项要求者，准予毕业并发给毕业证书。

3.学位：毕业生符合《中华人民共和国学位条例》《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》及《上海财经大学授予高等学历继续教育本科毕业生学士学位实施办法》要求，由本人申请，经上海财经大学学位委员会审查通过，授予管理学学士学位。

4.本专业考试课程不得少于14门，总学分不得少于72学分。其中必设课程10门，共计50学分；选设课程不得少于4门，不得少于20学分。考试课程相关的实践考核环节部分不单独计入课程总门数。本专业课程门数和学分设置符合专业基本规范。