

清华大学经济管理学院

攻读博士学位研究生培养基本要求

(适用于 2013 年级博士研究生)

一、适用学科：工商管理（一级学科，管理学门类）

- 创新、创业和战略（学科方向）
- 组织管理（学科方向）
- 市场营销（学科方向）

二、培养目标

本学科旨在培养具有坚实的管理学理论基础、深入和前沿的专业知识，以及科学系统的研究方法，熟练地和创新地综合应用以上知识和技能，在充分理解经典理论和前沿研究的基础上开展建设性的学术批评，能够独立进行创造性的管理科学研究工作，成为以学术研究为中心、全面发展的优秀管理学者。获得该学科学位的毕业生能够在高等院校和研究机构卓有成效地从事相关领域前沿问题的研究和教学。

三、培养方式

1. 知识结构及课程学习的基本要求

(1) 知识结构的基本要求

根据学校有关规定和本学科特点，管理学理论基础要求坚实宽广，专业方向相关知识要求覆盖的广度和深度并重，研究方法要求掌握各种常用研究设计和数据分析方法。具体知识结构组成如下：

i. 学科必修知识

熟悉管理学文献中经典的微观(个体和团队层面)和宏观(企业和企业集群、产业、社会组织等更高层次)管理理论，掌握常用研究方法及其基本原理，掌握管理实证研究必需的统计基础理论知识，以及必需的经济学、心理学和社会学等相关学科理论。相关课程简介见备注。

ii. 专业必修知识

掌握创新、创业与战略管理、组织管理和营销管理领域的前沿理论和研究方法。

iii. 专业选修知识

可跨专业和跨学科选择有交叉的研究生课程，如经济学、心理学、社会学、人类学、教育学和公共管理等。

(2) 课程设置及学分组成

课程设置以理论研讨课为主的，强调在课程学习中就开始培养学生的独立研究能力，包括文献查阅、文献分析、确定研究兴趣、研究设计等能力。课程又分为公共必修、学科必修、专业必修、专业选修和必修环节等。直读博士生需获得学位要求学分不少于 47，课程设置见附录一。普通博士生需获得学位要求学分不少于 33，课程设置见附录二。

2. 资格考试

资格考试是正式进入学位论文阶段前的一次学科综合性考试。资格考试旨在检验候选人是否具备坚实的管理学基础知识与理论，牢固地掌握现代管理学研究方法，并且具有创新能力和独立开展科学研究的素质。考试内容包括下面两个部分：

(1) 综合笔试：以考察基础知识和方法论等的掌握为目的，综合笔试采取匿名评卷的形式。每年举行一次。时间为二学年开始时的九月举行，教学办公室会提前一个月通知。如综合笔试没有通过，可补考一次。补考机会只有一次。

路径 1：创新、创业和战略管理方向，组织管理方向

本学科学生的综合笔试包括以下学科必修课程涉及的内容：宏观管理理论、微观管理理论、管理研究方法 I、管理研究方法 II 和管理与组织进阶专题：文化双融观点。

路径 2：市场营销方向

本学科学生的综合笔试包括以下学科必修课程涉及的内容：营销研究方法论、消费行为研究 I、营销模型研究 I、营销战略研究。

(2) 开题报告：以考察学生的独立研究能力为目的

博士生独立查阅文献资料，深入调查研究，确定具体课题，并尽早完成开题报告。开题报告应包含文献综述、论文选题意义、主要研究内容、工作特色及难点、预期成果及可能的创新点等。开题报告由本学科有关教师组成的考核小组评审。评审通过的开题报告以书面形式提交院教学办公室备案。博士生应在三年半内完成并通过开题报告。自开题报告通过至申请答辩的时间一般不少于一年。

以上两项都通过，才能认定资格考试通过，并进入博士论文工作阶段。资格考试不通过者，将进行相应的学籍处理。

3. 博士生专题研究：

专题研究由博士生所在专业负责组织，以加强学术交流，促进专业和学科交叉，增强博士生创新意识为目的。每位博士生在二、三年级至少要选修两个学期的“专题研究”课程。在此课程中，需宣读自己的二年级学术论文，并由任课教师给出成绩。各系指定一名教师负责专题研究环节，由负责教师记录学生出勤情况，并组织教师进行评审，给出论文成绩（通过或不通过）。

4. 教学实践：

为加强对博士生学术就业的帮助，要求直博生 3-5 年级，普博生和提前攻博生 3-4 年级，完成不少于 64 学时（课程学时）的助教工作。本科、普硕、管理硕士、博士、MBA、金融硕士、会计硕士的课程均可。

5. 博士生专业发展专题

这是一门综合性的应用课程，目的在于培养博士生从事研究和教学的工作方法，帮助博士生思考和设计未来的事业发展规划。课程邀请国内外知名学者以研讨会等形式进行，课程内容涉及博士生从入学、毕业到未来事业成长的各个重要环节，因此课程的安排跨越整个学年（详见课程安排）。博士生须在毕业前完成全部环节方可获得全部学分。

6. 学术活动与学术报告：

博士生在学期间每学期应参加四次以上学术报告会，累计参加不少于 30 次。经博士项目协调人或导师签字后提交教学办公室记录成绩，最晚于答辩前一个学期完成。

7. 社会实践：

按研究生手册中《清华大学博士生必修环节社会实践管理办法》执行，由学院研究生工作组具体负责。

8. 预答辩:

最迟于正式申请答辩前三个月,进行论文工作总结报告。邀请五位以上相关领域教师对论文的主要成果和创新性等进行评议,广泛听取意见。

四. 博士学位论文工作及要求

(1) 博士学位论文指导小组的确定

博士生通过资格考试(包括综合笔试和开题报告)后,按照双向选择的原则,在系主任和博士项目协调人的指导和帮助下,确定博士论文指导小组。指导小组最多由三位教师组成,组长由教授或副教授担任。博士生应在小组指导下,学习有关课程,查阅文献资料,参加学术交流,确定具体课题,独立从事科学研究,取得创造性成果。

(2) 博士学位论文基本要求

博士学位论文是博士生培养质量和学术水平的集中反映,应在导师指导下由博士生独立完成。博士学位论文应是系统完整的学术论文,应在学术上做出创造性的研究成果,应能反映出博士生已经掌握了坚实宽广的基础理论和系统深入的专门知识,具备了独立从事研究的能力。

博士论文必须经过至少两位专家双向隐名评审和两位专家公开评审。博士生必须在预答辩通过后,在研究生院规定的送审时间内,向研究生院提交两本论文进行隐名评审。论文要求不包含导师及博士生姓名,不包含致谢和个人简历。隐名评审论文送完后,由博士生本人送公开评审专家。评审意见返回并通过后,方可申请答辩。

五、在学期间发表论文的要求

按照2012年6月经济、管理学位评定分委员会通过的“关于博士研究生在学期间发表论文的要求”执行。

附录一:直读博士生修读科目及学分要求

攻读博士学位期间,直博生需获得学位要求学分不少于47,自学课程学分另计。课程设置如下:

1、公共必修学分(≥5学分)

(1) 马克思主义理论课程(≥3学分)

1) 中国马克思主义与当代	90680032	2 学分	考试	所有博士生必修
2) 自然辩证法概论	60680021	1 学分	考试	直博、提前攻博必修

(2) 外语(≥2 学分)

博士生英语	90640012	2 学分	考试	春秋
-------	----------	------	----	----

2、必修环节(9 学分)

1) 文献综述与选题报告	99990041	1 学分	考查	
2) 学术活动与学术报告	99990032	2 学分	考查	
3) 资格考试	99990051	1 学分	考试	
4) 社会实践	69990041	1 学分	考查	
5) 博士生专题研究		1 学分	考查	
6) 博士生专业发展专题		2 学分	考查	
7) 教学实践	69990051	1 学分	考查	

3、学科必修学分（21 学分）

路径 1: 创新、创业与战略, 组织管理 (21 学分)

1)	管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
2)	高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春
3)	微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
4)	管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
5)	高等计量经济学	70510123	3 学分	考试	秋
6)	宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
7)	管理与组织进阶专题: 文化 双融观点	90510563	3 学分	考试	春

路径 2: 市场营销 (21 学分)

1)	高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春
2)	营销研究方法论	90510163	3 学分	考试	秋

消费行为

1)	管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
2)	管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
3)	社会与文化心理学研究	90610363	3 学分	考试	秋
4)	心理学理论前沿动态	70612853	3 学分	考试	春
5)	高等计量经济学	70510123	3 学分	考试	秋

营销模型

1)	高级微观经济学 I	90510053	3 学分	考试	秋
2)	高级微观经济学 II	90510063	3 学分	考试	春
3)	高级计量经济学 I	90510133	3 学分	考试	秋
4)	高级计量经济学 II	90510043	3 学分	考试	春
5)	产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春

营销战略

1)	管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
2)	微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
3)	管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
4)	宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
5)	高等计量经济学	90510133	3 学分	考试	秋

4、专业学分 (≥12 学分)

路径 1: 创新、创业与战略, 组织管理 (专业必修≥6 学分, 专业选修≥6 学分)

专业必修

创新、创业与战略

1)	创业研究	90510302	3 学分	考试	春
2)	创新研究	90510292	3 学分	考试	秋
3)	组织、环境、竞争优势	90510312	3 学分	考试	春
4)	企业战略学	90510283	3 学分	考试	春

5) 战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
6) 跨国公司管理	90510102	2 学分	考试	春

组织管理

1) 人力资源管理前沿研究	90510593	3 学分	考试	秋
2) 组织设计与变革	90510663	3 学分	考试	春
3) 管理学专题	90510172	2 学分	考试	春

专业选修

1) 信息、合同和组织经济学	80514993	3 学分	考试	春
2) 产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春
3) 行为经济学	90510503	3 学分	考试	秋
4) 实验经济学	80515133	3 学分	考试	春
5) 比较经济制度	待定	2 学分	考试	
6) 时间序列计量经济学	90510432	2 学分	考试	秋
7) 非参数计量经济学	90510233	3 学分	考试	待定
8) 社会科学相关领域(如: 心理学、社会学)的学习; 任一课程的纳入均需经过博士项目协调人批准				

备注: 全校各院(系、所)开设的研究生课程经指导老师同意可作为专业选修

路径 2: 市场营销(专业必修 ≥ 9 学分, 专业选修 ≥ 3 学分)

专业必修

1) 消费行为研究 I	90510543	3 学分	考试	春
2) 营销模型研究 I	90510523	3 学分	考试	春
3) 营销战略研究	90510533	3 学分	考试	秋

专业选修

1) 消费行为研究 II	90510613	3 学分	考试	秋
2) 营销模型研究 II	90510653	3 学分	考试	秋
3) 营销定性研究	90510643	3 学分	考试	秋

备注: 全校各院(系、所)开设的研究生课程经指导老师同意可作为专业选修

说明: 公共必修学分必须在第一学年完成, 学科专业要求学分中, 学科必修学分一般于第一学年完成。专业必修课学分一般于第二学年完成。专业选修学分在第二学年和第三学年完成。

5、自学课程

涉及与研究课题有关的专业知识, 由导师指定内容系统地自学。自学课程学分另计。

附录二、普通博士生修读科目及学分要求

攻读博士学位期间, 研究生需获得学位要求学分不少于 33, 自学课程学分另计。课程设置如下:

1. 公共必修课程(≥ 4 学分)

● 中国马克思主义与当代	90680032	2 学分	考试
● 博士生外语(基础部分)	90640012	2 学分	考试

2. 必修环节 (9 学分)

1) 文献综述与选题报告	69990021	1 学分	考查
2) 学术活动与学术报告	99990032	2 学分	考查
3) 资格考试	99990051	1 学分	考试
4) 社会实践	69990041	1 学分	考查
5) 博士生专题研究		1 学分	考查
6) 博士生专业发展专题		2 学分	考查
7) 教学实践	69990051	1 学分	考查

3. 学科必修课程

路径 1: 创新、创业与战略, 组织管理 (≥16 学分; 其中 1)、3)、4)、5)、6) 为必选课程)

1) 微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
2) 高等计量经济学	70510123	3 学分	考试	秋
3) 管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
4) 管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
5) 宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
6) 管理与组织进阶专题: 文化 双融观点	90510563	3 学分	考试	春
7) 高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春

路径 2: 市场营销 (≥8 学分; 其中 3) 为必选课程)

1) 管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
2) 高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春
3) 营销研究方法论	90510163	3 学分	考试	秋

消费行为

1) 管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
2) 社会与文化心理学研究	90610363	3 学分	考试	秋
3) 心理学理论前沿动态	70612853	3 学分	考试	春
4) 高等计量经济学	70510123	3 学分	考试	秋

营销模型

1) 高级微观经济学 I	90510053	3 学分	考试	秋
2) 高级微观经济学 II	90510063	3 学分	考试	春
3) 高级计量经济学 I	90510133	3 学分	考试	秋
4) 高级计量经济学 II	90510043	3 学分	考试	春

营销战略

1) 微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
2) 管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
3) 宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
4) 高等计量经济学	70510123	3 学分	考试	秋

4、专业课程

路径 1: 创新、创业与战略, 组织管理 (专业必修 ≥ 4 学分, 专业选修不做最低要求)

专业必修

1) 创业研究	90510302	2 学分	考试	春
2) 创新研究	90510292	2 学分	考试	秋
3) 组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	春
4) 企业战略学	90510283	3 学分	考试	春
5) 战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
6) 跨国公司战略管理	80511142	2 学分	考试	春
7) 人力资源管理前沿研究	90510593	3 学分	考试	秋
8) 组织设计与变革	90510663	3 学分	考试	春
9) 管理学专题	90510172	2 学分	考试	春

专业选修

1) 信息、合同和组织经济学	80514993	3 学分	考试	春
2) 产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春
3) 行为经济学	90510503	3 学分	考试	秋
4) 实验经济学	80515133	3 学分	考试	春
5) 比较经济制度	待定	2 学分	考试	
6) 时间序列计量经济学	90510432	2 学分	考试	秋
7) 非参数计量经济学	90510233	3 学分	考试	待定
8) 社会科学相关领域(如: 心理学、社会学)的学习; 任一课程的纳入均需经过学院或相关单位的批准				

备注: 全校各院(系、所)开设的研究生课程经指导老师同意可作为专业选修

路径 2: 市场营销 (专业必修 ≥ 9 学分, 专业选修 ≥ 3 学分)

专业必修

1) 消费行为研究 I	90510543	3 学分	考试	春
2) 营销模型研究 I	90510523	3 学分	考试	春
3) 营销战略研究	90510533	3 学分	考试	秋

专业选修

1) 消费行为研究 II	90510613	3 学分	考试	秋
2) 营销模型研究 II	90510653	3 学分	考试	秋
3) 营销定性研究	90510643	3 学分	考试	秋

备注: 全校各院(系、所)开设的研究生课程经指导老师同意可作为专业选修

说明: 公共必修学分必须在第一学年完成, 学科专业要求学分中, 学科必修学分一般于第一学年完成。专业必修课学分一般于第二学年完成。专业选修学分在第二学年和第三学年完成。

5、自学课程

涉及与研究课题有关的专业知识, 由导师指定内容系统地自学。自学课程学分另计。

6、补修课程 (非学位课程)

凡在本门学科上欠缺硕士或本科层次业务基础的博士研究生, 一般应在导师指导下补修本硕士研究生培养方案中的有关课程。补修课程只记成绩, 不计入研究生阶段的总学分。

高等计量经济学	70510123	3 学分	考试	秋
高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春

备注：

管理学基础理论课程

管理学基础理论包括宏观和微观两个方向。宏观的理论主要包括企业和集团层面的战略管理和社会组织层面的组织理论；微观层次主要包括关于企业及组织内部结构和成员行为、态度、动机等的理论。本培养方案将管理学涉及的基础理论分为微观和宏观两个部分，各3学分，需要第一个学年完成。课程学习方式包括学术论文阅读与总结、课堂讨论与批评、课程论文。课程目标为：使博士生能够掌握宏观和微观管理的基本理论，为高质量的学术研究奠定基础。

微观管理理论（3 学分）

微观管理理论起源于心理学、社会学、政治科学和经济学等学科，其中心理学对微观管理理论的影响最大。本课程以博士生为授课对象，重点介绍微观管理理论中的主要研究领域。本课程计划每3-4周讨论一个主要的微观管理研究领域。计划包括的研究领域如下：

1. 组织内部工作相关行为和绩效（如工作满意度、有效和无效工作行为），
2. 个体差异和绩效（如认知、动机、感情、环境、互动），
3. 团队特性和绩效（如社会影响、团队动态、领导力、规范与常例），
4. 组织结构与个人行为（团队和企业文化、组织内部政治、福利）。

宏观管理理论（3 学分）

宏观管理理论以经济学和社会学及它们的交叉领域为主要基础。本课程旨在通过对战略管理及组织理论领域优秀学术文章的理解和批评，为博士生的学术研究打好相关理论基础，并接触管理学研究的前沿课题。本课程以博士生为授课对象，重点介绍宏观管理中的主要领域，分为四个主要部分：

1. 企业理论（交易成本、资源基础论、产权理论），
2. 竞争与合作分析（产业组织理论、动态竞争理论、合作与联盟战略），
3. 组织结构（公司治理、合约设计、委托代理理论、高管团队、社会网络、组织变革与学习），
4. 公司战略（如多元化、企业并购与边界、国际化战略）。
5. 组织管理理论（如资源依赖理论、种群生态理论、制度理论）。

管理研究方法

管理学作为一门综合性的交叉学科，需要运用多学科的研究方法和研究成果对组织内和组织外发生的微观和宏观层面的管理活动进行定性和定量分析。因此管理研究方法也是交叉的。为了帮助学生理解和评价已有研究成果，并能独立地进行定性或定量的科学实证研究，本课程将管理学涉及的研究方法分为基础和高级两个部分，各3学分，需要一个学年来完成。

管理研究方法 I（基础）（3 学分）

管理研究方法 I(基础)是一门以博士生为授课对象的管理学研究方法课程，重点介绍支撑管理研究的基本逻辑和思维方式，以及定量和定性研究方法。本课程的学习方式包括教师讲义、课前课后阅读（包括教科书章节和研究论文）、课堂讨论和考试。课程目标为：建立学生独立从事管理研究必需的方法学基础，熟悉不同研究题目所对应的研究方法。本课程计划涵盖四个主题：管理学研究的基本逻辑和思路；因果分析和实验设计；相关性分析和

问卷设计；定性研究方法；科学哲学

管理研究方法 II (高级) (3 学分)

管理研究方法 II (高级)是一门以博士生为授课对象的高级管理统计方法课程。这门课程包括以下四种在管理学研究中最常用的数据分析方法的基本原理和应用：数据库和元分析 (database & meta-analysis)、结构方程模型 (structural equation modeling)、多层次线性分析 (hierarchical linear modeling) 和社会网络分析 (social network analysis)。

本课程设置包括教师讲义、课前课后阅读 (包括教科书章节和研究论文)、上机操作统计分析软件和学期论文。课程目标为：建立学生独立从事管理研究必需的统计学基础，帮助学生应用常用高级统计软件。通过对文献的批判性阅读理解不同研究方法应当如何应用