

(055300) 出版（非全日制）

(学制 4 年，授予 出版 博士学位)

一、培养目标

培养德才兼备，具备良好的政治思想素质和职业道德素养，掌握出版学及其他相关学科的坚实宽广的基础理论、系统深入的专门知识和扎实的出版业务技能，熟练掌握一门外国语，掌握国际出版市场运作规律、国际出版政策与法律及跨文化传播理论，具有独立从事国际出版研究的能力，具备在国际出版领域从事创造性工作的引领型、复合型、专家型领军人才。

二、主要研究方向

1. 国际出版

三、培养方式

采取学校导师和行业导师相结合、课程学习与出版实践相结合、产学研用相结合的培养方式，出版专业博士生在导师指导下参与课题研究、参加出版实践，加强学术能力和实践能力的培养。教学过程重视运用团队学习、案例分析、现场研究、模拟训练等方法。

组建“双导师制”（专业导师+行业导师），优先选择有国际出版经验的学者或从业者。

四、学制及修业年限

本专业全日制博士专业学位研究生学制为 4 年，最长修业年限为基本修业年限延长 2 年。

五、课程设置及学分要求

总学分包含课程学分和专业实践学分。参照全国出版专业学位研究生教育指导委员会发布的指导性培养方案，出版专业博士生毕业需在规定学制内修满不少于 25 学分，其中校级必修课不少于 4 学分，专业必修课不少于 11 学分，专业选修课不少于 4 学分。专业实践学分不少于 6 学分。

专业培养方案课程设置与学分要求

类别	课程编码	课程名称	总学时	学分	授课学期	授课方式	开课单位代码
必	90031204	中国马克思主义与当代		2	1	讲授	120
	90031102	第一外国语（英语）		2	1、2	讲授	100

修 课	09221001	研究生学术规范与学术论文写作指导	17	1	2		
	09261001	出版业发展前沿专题	34	2	1	讲授	092
	09261002	出版学经典文献研读	34	2	1	讲授	092
	09261003	国际出版概论	34	2	1	讲授	092
	09261004	出版企业经营管理	34	2	2	讲授	092
	09261005	出版学研究方法	34	2	2	讲授	092
必修 环节	09221006	教学实习	17	6			
选 修 课	90052002	创新思维与创业实验		1	1、2	在线课程	900
	09262001	数字出版及技术	34	2	2	讲授	092
	09262002	跨文化传播理论与实践	34	2	1	讲授	092
	09261007	中外出版法律法规	34	2	1	讲授	092
	09262004	国际出版案例研究	34	2	2	讲授	092
	09262005	国际出版大数据分析	34	2	2	讲授	092
补 修 课							

六、培养环节（包括但不限于专业实践、开题报告、中期考核、论文预审、预答辩等）

1. 专业实践（必修）

出版专业博士生在学期间，结合国家战略以及行业发展需求开展论文科研工作，到研究生工作站、具有国际出版业务的出版机构进行专业实践或赴海外高校出版研究机构短期访学，总时间不少于 6 个月。专业实践内容由指导教师、实践单位、出版专业博士生商定，并制定专业实践计划。专业实践结束后，需提交由校内、校外指导教师签署意见的书面实践报告，通过由指导教师组织的实践汇报答辩，方可获得相应学分。

2. 资格考试（必修）

参照《南开大学研究生培养方案管理总则（试行）》（南研字〔2024〕4 号）《南开大学研究生资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见(试行)》（南研字〔2024〕5 号）等相关文件要求执行。

3. 开题报告（必修）

参照《南开大学研究生培养方案管理总则（试行）》（南研字〔2024〕4号）《南开大学研究生资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见（试行）》（南研字〔2024〕5号）等相关文件要求执行。

4. 中期考核（必修）

参照《南开大学研究生培养方案管理总则（试行）》（南研字〔2024〕4号）《南开大学研究生资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见（试行）》（南研字〔2024〕5号）等相关文件要求执行。

5. 预答辩（必修）

参照《南开大学研究生培养方案管理总则（试行）》（南研字〔2024〕4号）《南开大学研究生资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见（试行）》（南研字〔2024〕5号）等相关文件要求执行。

七、毕业标准及申请学位成果要求

1. 毕业标准

出版博士须按照要求修满培养方案规定的学分，且通过培养方案所要求的必修环节考核，方可申请毕业。

2. 申请学位成果要求

参照《南开大学博士研究生申请学位成果要求指导意见》（南发字〔2023〕171号）等相关文件要求执行。

八、学位论文

1. 论文基本要求

出版博士应具备优秀的政治素养和内容把关能力，熟练掌握马克思主义出版观理论、出版学的概念与理论，以及其他相关学科的理论和方法，具有较强的业务能力与职业素养，能运用所学出版专业知识分析、研究、解决国际出版领域的重大理论或实践问题，体现出版博士具有的深厚理论和实践能力与水平。

出版博士专业学位论文应紧密结合出版实践进行选题，选题要有国际比较视角，可以是出版专题研究、出版调研报告、出版案例分析报告、出版策划等，内容要体现重要性、现实性、

应用性、学术性和专业性，具有足够的独立完成的工作量，具有理论深度、知识广度和前沿高度，体现博士生在出版理论指导下，观察、分析和解决国际出版问题的综合素质和能力。

（1）出版专题研究

出版专题研究类论文是对国际出版领域的重大问题进行研究的成果；要能体现作者已掌握出版专业领域坚实的理论和系统的知识，具有独立承担出版工作的能力；要求作者立足出版领域，针对国际出版业的重大问题，系统运用出版专业知识、理论和分析工具，形成对国际出版实践有启发价值的高水平、高质是成果或方案。

（2）出版调研报告

出版调研报告是对国际出版领域的重大问题进行调查、分析的研究成果，应体现作者掌握出版领域坚实的理论和系统的专门知识，具有独立承担出版工作的能力。要求作者运用科学、规范的研究方法，对国际出版领域重大问题进行深入调查和系统分析研究，获得第一手的数据或资料，并针对存在的问题提出具体的有价值的解决方案，能为中国出版实践问题提供具有创新性的决策参考或政策咨询。

（3）出版案例分析报告

出版案例分析报告是针对国际出版领域重大出版活动实践情况的研究，应体现作者掌握出版专业领域坚实的理论和系统的专门知识，具有独立承担出版工作的能力。要针对国际出版实践领域中的某一特定重大出版对象，如出版人、出版物、出版单位、出版事件、出版组织、出版现象、出版政策等，深入到案例现场中展开系统深入的分析，探寻其背后共性的客观规律，具有独创性。

（4）出版策划

出版策划是在相关理论指导下完成的具体的重大出版产品及其制作说明，由“出版产品（或部分出版产品展示）”和“出版策划报告”两部分组成。“出版产品”指作者在相关出版理论指导下，通过实践活动产生出的具有重大学术价值的、符合出版活动规律，具有独创性、科学性、文学性或艺术性的大型智力成果。对传统出版而言，是大型的图书、期刊；对数字出版而言，是大型的电子书、电子期刊、数据库等产品。“出版物策划报告”是对制作的重大出版产品（或部分出版产品展示）进行的系统性分析、阐述和说明。出版策划要具有前瞻性、应用性和工作量，体现作者掌握了出版专业领域坚实的理论和系统的专业知识，具有独立承担重大出版工作的能力。

出版博士专业学位论文字数应不少于 8 万字，要符合专业博士学位论文的写作规范，应是学位申请者自己独立完成，若涉及团队工作，需注明属于团队工作并明确写清个人独立完成的内容。论文要结构合理、材料丰富、数据准确、方法得当、工作量饱满。

2. 论文评阅

参照学校有关研究生论文评阅要求执行。

3. 论文答辩

参照《南开大学研究生答辩工作管理规定》（南研字〔2025〕3 号）及学校其他相关文件执行。

九、其他要求

1. 学术训练

出版专业博士生在学期间，每年至少参加 1 次出版专业领域学术会议并在会上有论文发表；参与国家对外出版项目或出版国际合作课题；能够聚焦国际出版前沿问题，在学术期刊发表研究成果。

2. 课程实践

出版专业博士生在课程学习期间，参加国际书展，撰写参展分析报告；参与国际出版项目，撰写针对国际出版问题的政策建议报告或商业策划方案；到具有国际出版业务的出版机构调研并撰写调研报告。

3. 外国留学生及港澳台研究生的课程设置要求与内地研究生相同，校级公共必修课按《南开大学研究生培养方案管理总则（试行）》（南研字〔2024〕4 号）规定执行。

4. 其他要求参照《南开大学博士研究生申请学位成果要求指导意见》（南发字〔2023〕171 号）《南开大学研究生培养方案管理总则（试行）》（南研字〔2024〕4 号）《南开大学研究生资格考试、开题报告及中期考核管理指导意见（试行）》（南研字〔2024〕5 号）等相关文件要求执行，如有更新以最新文件为准。