

(120202) 企业管理 (全日制)
(学制 4 年, 授予 管理学 博士学位)

一、培养目标

培养具有深厚的管理学和相关科学领域的理论基础, 掌握多种管理学研究方法, 能独立开展与本专业相关的系统性的科学研究活动; 对企业管理领域的理论研究和实践问题具有敏锐的洞察力, 把握企业管理学科的动态发展; 具有良好的道德品质和学术修养; 具备理论创新和企业管理实践创新能力的高端学术研究人才和高级经营管理人才。

二、主要研究方向

1. 组织理论与战略管理
2. 创业与创新管理
3. 营销战略
4. 消费者行为
5. 新技术背景下的营销创新 (含数字营销和电子商务)
6. 公司理财
7. 资本市场
8. 管理哲学与文化伦理

三、培养方式

培养方式主要采用课堂讲授与讨论、学术交流、科研项目训练。

四、学制及修业年限

本专业博士研究生学制为 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

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
必修课程	90011204	中国马克思主义与当代（文科）	54	2	1	讲授	120
	90011101	第一外国语（英语）	90	2	1	讲授	100
	14011040	研究生学术规范与学术论文指导课程	17	1	1	讲授	140
	14011002	高级微观经济学	34	2	1	讲授	140
	14011003	高级管理学	34	2	1	讲授	140
	14011007	管理研究方法论 1	34	2	1	讲授	140
	14011016	高级计量经济学	34	2	1	讲授	140
选修课程	14012012	中国资本市场财务与会计	34	2	3	讲授	140
	14012017	公司治理研究专题	34	2	1	讲授	140
	14012018	高级公司财务学	34	2	1	讲授	140
	14012021	创新与创业研究	34	2	2	讲授	140
	14012022	战略管理研究	34	2	2	讲授	140
	14012023	企业成长研究	34	2	2	讲授	140
	14012102	高级实验研究方法	34	2	1	讲授	140
	14012028	服务管理与营销	34	2	2	讲授	140
	14012034	高级财务分析	34	2	2	讲授	140
	14012038	管理会计研究专题	34	2	3	讲授	140
	14012093	董事会决策与战略治理	34	2	1	讲授	140
	14012095	管理研究哲学	34	2	2	讲授	140
	14012097	道本管理哲学	34	2	2	讲授	140
14012099	公司投融资政策研究	34	2	2	讲授	140	
补硕课程	14000106	管理学研究方法		不计学分			140
	14000107	公司财务管理					140
	14000033	管理学研究方法					140
	14000034	企业战略与组织管理					140
	14000035	中级财务会计					140
	14000036	公司财务学					140
	14000037	市场营销					140
本专业毕业学分要求							
总学分	校公共必修课	专业必修课	专业选修课	培养方案外课程			
16	4	9	3	0			

六、培养环节（可包含资格考试、开题报告、中期考核、学术活动或科研训练、基本文献阅读书目、论文预审、预答辩等）

1. 资格考试（必修）

按学校和学院的相关规定执行。

2. 开题报告（必修）

在完成规定的课程学分后，博士生在导师的指导下确定学位论文选题，组织召开开题报告会，审核博士学位论文选题及研究内容和方法，以确保选题意义、创新性和可行性；开题报告与论文答辩的时间间隔不少于1年。

3. 中期考核（必修）

考核时间：博士研究生一般应于第6学期前完成中期考核；

考核内容：综合运用所学专业课程内容进行科学研究的能力；

考核方式：提交一篇较高质量研究方案或学术论文。

七、毕业标准及申请学位成果要求

1. 毕业标准

按学校和学院的相关要求执行。

2. 申请学位成果要求

按学院相关要求执行。

八、学位论文

1. 论文基本要求

开题报告与论文答辩的时间间隔不少于1年；论文字数为10万字左右；论文形式为学术论文。

2. 论文评阅

论文完成后需进行预答辩，预答辩通过并按要求修改后，方可进入论文评阅环节。论文评阅按学校和学院的相关规定执行。

3. 论文答辩

论文评阅通过后进入答辩环节，答辩按学校和学院的相关规定执行。

九、其他要求

无