

经济管理学院博士研究生培养方案

[120200]工商管理

[00]00 工商管理

（适用于 2021 级博士研究生）

一、适用学科、专业

工商管理（Business Administration，一级学科，管理学门类，学科代码：1202）

创新创业与战略（二级学科、专业）

领导力与组织管理（二级学科、专业）

市场营销（二级学科、专业）

二、培养目标与定位

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、学习年限

符合《清华大学研究生学籍管理规定》要求。

四、培养环节与学位要求

1. 博士生资格考试

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。资格考试内容如下：

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。时间为第二学年开始时（入学第三学期）的九月举行，教学办公室会提前一个月通知。

路径 1：创新创业与战略方向

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：领导力与组织管理方向

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 3：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。

综合笔试通过，即认定资格考试通过。学生入学后第七学期结束前仍未通过资格考试者，直博生和硕博连读生可申请转为硕士生培养，普博生及未转硕的直博生和硕博连读生可申请退学，否则学校予以退学处理。

2. 博士生专题研究（含论文写作训练）

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

士生创新意识并加强博士生论文写作能力为目的。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。

3. 开题报告与论文工作计划

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。

学生必须修完培养方案规定的全部必修课程、完成二年级论文、并通过博士生资格考试方可申请开题。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。开题报告不通过者，需至少在3个月以后再次提出开题报告申请。博士生完成开题报告环节后，原则上不能再更改指导小组成员。自开题报告通过至申请答辩的时间一般不少于一年。

4. 教学实践

为加强对博士生学术就业的帮助，要求博士生通过博资考后完成不少于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. 学术活动与学术报告

博士生在学期间应当定期参加课题组的学术讨论会，每学期应参加4次以上学术报告会，累计应当参加不少于30次的一级或二级学科的学术活动。每次讨论会或学术活动后应当写出小结，经博士项目委员会主席或导师签字后自己留存，在送审前交教学办公室记录成绩。

博士生至少应当参加一次所在学科领域的全国或国际学术会议，并在学术会议上以口头报告方式交流自己的学术成果。

6. 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。

7. 博士学位论文指导小组的确定

博士生通过资格考试中的综合笔试后一年之内，最晚不超过博士开题以前，按照双向选择的原则，依据学生所在院系博士生导师确认具体实施方案，在系主任和博士项目委员会主席的指导和帮助下，确定博士论文指导老师或指导小组，并提交学院及研究生院备案。指导小组最多由三位教师组成，组长由教授或副教授担任，指导小组成员确定后，一般不能再进行更改。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。

跨学科或交叉学科培养博士生时，应从相关学科中聘请有关教师协助指导。

8. 论文工作中期检查

博士生需在开题报告答辩通过至少半年之后，才能进行论文工作中期检查。中期检查考核小组应当由三至五名教师组成。中期检查通过者，准予继续进行论文工作；不通过者，不能进行下一环节的最终学术报告（预答辩）。

9. 最终学术报告（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。邀请五位以上符合要求的专家对论文的主要成果和创新性等进行评议，广泛听取意见。

10. 学术道德

博士生应遵纪守法，强化学术规范意识，恪守学术道德规范。在校期间，博士生至少选修1学分的学术规范或职业伦理课。

五、课程设置

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:

(1) 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、社会组织等更高层面)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。相关课程简介详见备注。

(2) 专业必修知识

掌握创新创业与战略、领导力与组织管理和市场营销领域的前沿理论和研究方法。

(3) 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。

3. 个人课程学习计划

入学后三周内,博士生需按照课程设置的基本要求,在博士项目委员会主席的指导下制定个人课程学习计划,并报院教学办公室备案。执行计划过程中,如因特殊情况需要变动,需征得博士项目委员会主席同意后在每学期选课期间修改,并经博士项目委员会主席签字后送院教学办公室备案。

普博生和论文博士课程

1、学位课程与环节

攻读博士学位期间,创新创业与战略方向研究生获得学位要求学分不少于 37,领导力与组织管理方向研究生获得学位要求学分不少于 40,市场营销方向研究生获得学位要求学分不少于 36,自学课程学分另计。

(1) 公共必修课(不少于 4 学分)

国际及港澳台研究生培养要求一般与中国籍研究生相同。研究生课程免修条件参见《研究生第一外国语课程免修条件和办理方式》、《清华大学国际学生(研究生)免学及免修课程说明》和《清华大学港澳台学生(研究生)免学及免修课程说明》。

中国马克思主义与当代	90680032	2 学分	考试	春秋
博士生英语	94200012	2 学分	考试	春秋
第一外语类				
中国概况课				

(2) 必修环节(不少于 7 学分)

社会实践	69990041	1 学分	考查	
教学实践	69990051	1 学分	考查	
博士生专题研究	90510761	1 学分	考查	春秋
学术活动与学术报告	99990032	2 学分	考查	
文献综述与选题报告	99990041	1 学分	考查	春秋
资格考试	99990061	1 学分	考试	

自选课程

(3) 学科必修课

创新创业与战略方向不少于 17 学分，领导力与组织管理方向不少于 16 学分，市场营销方向不少于 13 学分。

A、学术道德课程(不少于 1 学分)

科研规范	60610221	1 学分	考查	秋
学术与职业素养课				

B、创新创业与战略方向(不少于 16 学分)

除高等计量经济学和高级应用数理统计外，其余课程为必修课程。

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
管理与组织进阶专题：文化双融观点	90510563	3 学分	考查	春
宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春

C、领导力与组织管理方向(不少于 15 学分)

管理与组织进阶专题：文化双融观点	90510563	3 学分	考查	春
宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春

D、市场营销方向(不少于 12 学分)

营销研究方法论	90510163	3 学分	考试	春秋
营销模型研究 I	90510523	3 学分	考试	春
营销战略研究	90510533	3 学分	考试	春
消费者行为研究 I：判断与决策	90510543	3 学分	考试	春

(4) 专业课

A、创新创业与战略方向(不少于 9 学分)

(a) 专业必修(不少于 9 学分)

需从以下两个方向选择 1 个作为主修，1 个作为辅修。主修方向 ≥ 6 学分，辅修方向 ≥ 3 学分。

I、创新创业管理

《创新研究》、《创业研究》和《组织、环境、竞争优势》为选择该方向为主修时的必修课。

创新研究	90510292	2 学分	考试	秋
创业研究设计	90510301	1 学分	考试	秋
创业研究	90510302	2 学分	考试	秋
组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	秋

II、战略管理

《战略管理前沿研究》和《管理理论进阶与研究实践训练》为选择该方向为主修时的必修课。

跨国公司战略管理	90510102	2 学分	考试	春
战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋

组织设计与变革	90510663	3 学分	考试	春
组织管理研究的理论构建	90510783	3 学分	考查	春
管理理论进阶与研究实践训练	90510793	3 学分	考查	春

(b) 专业选修

为加强学科基础知识，专业选修课可以从下面三个学科的课程中选修，不做最低学分要求。

I、经济学类

产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春
高级微观经济学 I	90510053	3 学分	考试	秋
高级微观经济学 II	90510063	3 学分	考试	春
应用微观计量经济学	90510491	1 学分	考试	春

II、社会学类

大数据分析 (A)	60700033	3 学分	考试	秋
社会统计学 (中级)	70612463	3 学分	考试	秋
组织社会学	80612193	3 学分	考试	春
社会网理论	80613993	3 学分	考试	秋

III、计算机与大数据类

大数据分析 (B)	60240103	3 学分	考查	秋
复杂网络理论与应用	80230742	2 学分	考试	春
网络科学与策略机制	80240653	3 学分	考查	秋
自然语言处理	80240763	3 学分	考查	春

B、领导力与组织管理方向(不少于 13 学分)

从领导力与组织行为和人力资源管理两个方向中选 1 个作为主修方向，其余 2 个为辅修方向。主修方向 ≥ 9 学分，每个辅修方向 ≥ 2 学分。主修方向必须选择至少一门方法相关课程。

(a) 领导力与组织行为方向

《组织管理前沿研究》和《组织管理研究的理论构建》为选择该方向为主修时的必修课。

心理学研究方法专题	70700232	2 学分	考查	秋
高级心理统计学	80700572	2 学分	考试	秋
高级心理测量	80708012	2 学分	考查	秋
组织管理研究的理论构建	90510783	3 学分	考查	春
组织管理前沿研究	90510833	3 学分	考试	春秋
社会与文化心理学研究	90610363	3 学分	考查	春

(b) 人力资源管理方向

《人力资源管理前沿研究》和《组织设计与变革》为选择该方向为主修时的必修课。

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
人力资源管理前沿研究	90510593	3 学分	考试	秋
组织设计与变革	90510663	3 学分	考试	春
管理理论进阶与研究实践训练	90510793	3 学分	考查	春
定性研究方法 II	90590353	3 学分	考试	秋

(c) 组织社会方向

社会统计学 (中级)	70612463	3 学分	考试	秋
组织社会学	80612193	3 学分	考试	春

社会学研究方法专题—定性研究	80613213	3 学分	考试	春
社会网理论	80613993	3 学分	考试	秋
跨国公司战略管理	90510102	2 学分	考试	春
组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	秋
战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
社会科学研究方法 II	90590043	3 学分	考试	秋

C、市场营销方向(不少于 12 学分)

从以下方向选择 1 个作为主修方向，其他 2 个作为辅修方向。主修方向 ≥ 6 学分，每个辅修方向 ≥ 3 学分。

(a) 营销模型

《营销模型研究 II》为选择该方向为主修时的必选课。

统计学习理论与应用	70240413	3 学分	考查	春
高级机器学习	80240603	3 学分	考查	春
自然语言处理	80240763	3 学分	考查	春
机器学习	80245013	3 学分	考查	秋
高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春
高级计量经济学 II	90510043	3 学分	考试	春
高级微观经济学 I	90510053	3 学分	考试	秋
高级微观经济学 II	90510063	3 学分	考试	春
高级计量经济学 I	90510133	3 学分	考试	秋
营销模型研究 II	90510653	3 学分	考试	秋

(b) 消费者行为

《消费者行为研究 II》为选择该方向为主修时的必选课。

心理学理论前沿动态	70612853	3 学分	考试	春
心理学研究方法专题	70700232	2 学分	考查	秋
实验经济学	80515133	3 学分	考试	春
行为经济学	90510503	3 学分	考试	春
消费者行为研究 II	90510613	3 学分	考试	秋
管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
社会与文化心理学研究	90610363	3 学分	考查	春

(c) 营销策略

《营销定性研究》为选择该方向为主修时的必选课。

产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春
信息、合同和组织经济学	80514993	3 学分	考试	秋
企业战略学	90510283	3 学分	考试	秋
组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	秋
战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
营销定性研究	90510643	3 学分	考试	秋

D、其他课程

全校各院（系、所）开设的研究生课程经博士项目委员会主席或导师同意可作为专业选修课程。

2、补修课程

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。

计算机程序设计基础（Python）	00740282	2 学分	考查	
中级微观经济学	30510743	3 学分	考试	秋
管理学原理	40511553	3 学分	考试	
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

直博生课程

1、学位课程与环节

攻读博士学位期间，创新创业与战略方向的直博生获得学位要求学分不少于 52，领导力与组织管理方向的直博生获得学位要求学分不少于 51，市场营销方向的直博生获得学位要求学分不少于 50。自学课程学分另计。

（1）公共必修课(不少于 5 学分)

国际及港澳台研究生培养要求一般与中国籍研究生相同。研究生课程免修条件参见《研究生第一外国语课程免修条件和办理方式》、《清华大学国际学生（研究生）免学及免修课程说明》和《清华大学港澳台学生（研究生）免学及免修课程说明》。

自然辩证法概论	60680021	1 学分	考试	春秋
中国马克思主义与当代	90680032	2 学分	考试	春秋
博士生英语	94200012	2 学分	考试	春秋
第一外语类				
中国概况课				

（2）必修环节(不少于 7 学分)

社会实践	69990041	1 学分	考查	
教学实践	69990051	1 学分	考查	
博士生专题研究	90510761	1 学分	考查	春秋
学术活动与学术报告	99990032	2 学分	考查	
文献综述与选题报告	99990041	1 学分	考查	春秋
资格考试	99990061	1 学分	考试	
自选课程				

（3）学科必修课

创新创业与战略方向不少于 22 学分，领导力与组织管理方向不少于 16 学分，市场营销方向不少于 13 学分。

A、学术道德课程(不少于 1 学分)

科研规范	60610221	1 学分	考查	秋
学术与职业素养课				

B、创新创业与战略方向(不少于 21 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
管理与组织进阶专题：文化双融观点	90510563	3 学分	考查	春
宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春
微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春

C、领导力与组织管理方向(不少于 15 学分)

管理与组织进阶专题：文化双融观点	90510563	3 学分	考查	春
宏观管理理论	90510573	3 学分	考试	春

微观管理理论	90510603	3 学分	考试	秋
管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
管理研究方法 II	90510633	3 学分	考试	春
D、市场营销方向(不少于 12 学分)				
营销研究方法论	90510163	3 学分	考试	春秋
营销模型研究 I	90510523	3 学分	考试	春
营销战略研究	90510533	3 学分	考试	春
消费者行为研究 I: 判断与决策	90510543	3 学分	考试	春

(4) 专业课

创新创业与战略方向不少于 18 学分, 领导力与组织管理方向不少于 23 学分, 市场营销方向不少于 25 学分。

A、创新创业与战略方向(不少于 18 学分)

(a) 专业必修(不少于 9 学分)

需要从以下两个方向选择 1 个作为主修, 1 个作为辅修。主修方向 ≥ 6 学分, 辅修方向 ≥ 3 学分。

I、创新创业管理

《创新研究》、《创业研究》和《组织、环境、竞争优势》为选择该方向为主修时的必选课。

创新研究	90510292	2 学分	考试	秋
创业研究设计	90510301	1 学分	考试	秋
创业研究	90510302	2 学分	考试	秋
组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	秋

II、战略管理

《战略管理前沿研究》和《管理理论进阶与研究实践训练》为选择该方向为主修时的必选课。

跨国公司战略管理	90510102	2 学分	考试	春
战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
组织设计与变革	90510663	3 学分	考试	春
组织管理研究的理论构建	90510783	3 学分	考查	春
管理理论进阶与研究实践训练	90510793	3 学分	考查	春

(b) 专业选修(不少于 9 学分)

为加强学科基础知识, 专业选修课可以从下面三个学科的课程中选修。

I、经济学类

产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春
高级微观经济学 I	90510053	3 学分	考试	秋
高级微观经济学 II	90510063	3 学分	考试	春
应用微观计量经济学	90510491	1 学分	考试	春

II、社会学类

大数据分析 (A)	60700033	3 学分	考试	秋
社会统计学 (中级)	70612463	3 学分	考试	秋
组织社会学	80612193	3 学分	考试	春
社会网理论	80613993	3 学分	考试	秋

III、计算机与大数据类

大数据分析 (B)	60240103	3 学分	考查	秋
-----------	----------	------	----	---

复杂网络理论与应用	80230742	2 学分	考试	春
网络科学与策略机制	80240653	3 学分	考查	秋
自然语言处理	80240763	3 学分	考查	春

B、领导力与组织管理方向(不少于 23 学分)

从领导力与组织行为和人力资源管理两个方向中选 1 个作为主修方向,其余 2 个为辅修方向。主修方向 ≥ 9 学分,每个辅修方向 ≥ 5 学分。主修方向必须选择至少一门方法相关课程。

(a) 领导力与组织行为方向

《组织管理前沿研究》和《组织管理研究的理论构建》为选择该方向为主修时的必选课。

心理学研究方法专题	70700232	2 学分	考查	秋
高级心理统计学	80700572	2 学分	考试	秋
高级心理测量	80708012	2 学分	考查	秋
组织管理研究的理论构建	90510783	3 学分	考查	春
组织管理前沿研究	90510833	3 学分	考试	春秋
社会与文化心理学研究	90610363	3 学分	考查	春

(b) 人力资源管理方向

《人力资源管理前沿研究》和《组织设计与变革》为选择该方向为主修时的必选课。

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
人力资源管理前沿研究	90510593	3 学分	考试	秋
组织设计与变革	90510663	3 学分	考试	春
管理理论进阶与研究实践训练	90510793	3 学分	考查	春
定性研究方法 II	90590353	3 学分	考试	秋

(c) 组织社会方向

社会统计学 (中级)	70612463	3 学分	考试	秋
组织社会学	80612193	3 学分	考试	春
社会学研究方法专题—定性研究	80613213	3 学分	考试	春
社会网理论	80613993	3 学分	考试	秋
跨国公司战略管理	90510102	2 学分	考试	春
组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	秋
战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
社会科学研究方法 II	90590043	3 学分	考试	秋

C、市场营销方向(不少于 25 学分)

从以下方向选择 1 个作为主修方向,其他 2 个为辅修方向。主修方向 ≥ 10 学分,每个辅修方向 ≥ 3 学分。

(a) 营销模型

《营销模型研究 II》为选择该方向为主修时的必选课。

统计学习理论与应用	70240413	3 学分	考查	春
高级机器学习	80240603	3 学分	考查	春
自然语言处理	80240763	3 学分	考查	春
机器学习	80245013	3 学分	考查	秋
高级应用数理统计	80512043	3 学分	考试	春
高级计量经济学 II	90510043	3 学分	考试	春
高级微观经济学 I	90510053	3 学分	考试	秋

高级微观经济学 II	90510063	3 学分	考试	春
高级计量经济学 I	90510133	3 学分	考试	秋
营销模型研究 II	90510653	3 学分	考试	秋

(b) 消费者行为

《消费者行为研究 II》为选择该方向为主修时的必选课。

心理学理论前沿动态	70612853	3 学分	考试	春
心理学研究方法专题	70700232	2 学分	考查	秋
实验经济学	80515133	3 学分	考试	春
行为经济学	90510503	3 学分	考试	春
消费者行为研究 II	90510613	3 学分	考试	秋
管理研究方法 I	90510623	3 学分	考试	秋
社会与文化心理学研究	90610363	3 学分	考查	春

(c) 营销策略

《营销定性研究》为选择该方向为主修时的必选课。

产业组织理论	80511673	3 学分	考试	春
信息、合同和组织经济学	80514993	3 学分	考试	秋
企业战略学	90510283	3 学分	考试	秋
组织、环境、竞争优势	90510312	2 学分	考试	秋
战略管理前沿研究	90510583	3 学分	考试	秋
营销定性研究	90510643	3 学分	考试	秋

D、其他课程

全校各院（系、所）开设的研究生课程经博士项目委员会主席或导师同意可作为专业选修课程。

2、补修课程

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。

计算机程序设计基础（Python）	00740282	2 学分	考查	
中级微观经济学	30510743	3 学分	考试	秋
管理学原理	40511553	3 学分	考试	

六、申请学位创新成果要求

参见本学科（项目）适用于 2021 级研究生的创新成果要求。

七、学位论文工作及要求

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。

八、附录

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。

1. 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）。

2. 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。因此管理学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。

1. 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。本门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

2. 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。