光华管理学院 2025 年度 市场营销 方向

普博生、直博生培养方案

一、 培养目标

能较好地掌握马列主义、毛泽东思想和邓小平理论，拥护党的基本路线，树立正确的世界观、人生观和价值观，遵纪守法，具有较强的事业心和责任感，具有良好的道德品质和学术修养。方向旨在培养有浓厚学术兴趣、系统的理论与方法论基础、优秀的实证分析能力，能进行高质量科学研究和教学的营销学者，为高等院校，特别是工商管理学院培养优秀的师资。

具体培养目标是：

1. 具有强烈从事学术工作的动机与兴趣

2. 具有系统、扎实的专业知识，熟练掌握本专业研究方法

3. 能够胜任一流工商管理学院的教学工作

4. 具有从事创新性研究的能力

5. 能够熟练地运用英语进行学术写作与交流。

二、 科研能力与创新成果的基本要求

学生完成的毕业论文必须具备在国际或国内权威学术期刊发表的潜力。博士生申请学位时， 需进行创新性成果申报。自 2022 年 9 月 26 日起，学生提出的经导师审核通过的所有创新性成果均可被认定。

三、 学位论文基本要求

学生在通过综合考试后，必须开始论文的选题工作并通过开题报告；学位论文初稿完成后要通过预答辩、专家的匿名评审和正式论文答辩。学位论文一般采用中文撰写，如使用其他语言，依据学校和学院规定执行。

博士学位论文必须是作者原创，并具有一定的原创性和学术价值。通过论文答辩后，学生才有资格获得北京大学博士学位。博士学位论文经过适当修改，至少可以达到在国际学术期刊或国内权威学术期刊上发表的水平。

四、 直攻博选拔办法

参照综合考试基本要求。

五、 前沿讲座基本要求

不做要求。

六、 年度审核基本要求

博士生需每年进行年度审核，各系评估小组应从学生本人的课程学习能力、学术科研能力、参与研究情况、助研岗位情况、思政岗位情况以及外语水平的提高等方面对学生进行评价。

七、 综合考试基本要求

综合考试在二年级春季学期开学后进行，包含笔试和面试两部分，学生需在两部分考试中均取得 70 分以上的成绩，方可通过综合考试。笔试部分的成绩为以下四门课成绩的平均，其中两门为必考科目：微观经济学、计量经济学；两门选考（三选二）：消费者行为、营销模型、营销战略。面试部分为论文或者研究计划的展示。

若学生未通过当年的综合考试，可在下一年（即三年级春季学期）参加一次补考。补考需重新参加所有笔试科目以及面试，并以该年（即三年级）的成绩为准。

八、 选题报告基本要求

博士生应在广泛调查研究、阅读文献资料、明确主攻方向、了解前沿成果和发展动态的基础上，提出学位论文选题。就选题意义、前人相关成果、材料基础与实验条件、理论与方法等方面作学位论文选题报告，尽可能广泛地听取专家意见。博士生一般在申请学位论文答辩前一年完成论文选题答辩。

九、 论文审查（预答辩）基本要求

博士生一般在申请学位论文答辩的 3 个月以前进行论文的全面审查(预答辩)，向导师、指导小组成员、本专业和相关专业的专家全面报告研究成果和论文写作进展，听取导师和专家的意见，确定是如期答辩、还是延期答辩，进一步修改和完善学位论文。

十、 本方案课程设置

学分要求

普博生：总学分最低32学分，其中公共必修课5学分、专业必修课18学分、专业选修课9学分

直博生：总学分最低40学分，其中公共必修课5学分、专业必修课18学分、专业选修课17学分

硕士生：同直博生

序号	课程编号	课程中文名称	课程英文名称	课程类型	学分	开课学期	备注
1		博士生一外	Foreign Language	公共必修	2	1or2	
2	61400001	中国马克思主义与当代	The Theory of Marxism	公共必修	2	1	
3	02802140	学术思想与学术写作	Academic Thinking and Academic Writing	公共必修	1	3	
4	02810090	高级微观经济学	Advanced Microeconomics	专业必修	3	1	
5	02810100	高级计量经济学	Advanced Econometrics	专业必修	3	1	
6	02814910	消费者行为（I）	Seminar on Consumer Behavior Seminar I	专业必修	2	1	
7	02814960	营销战略研讨	Seminar on Marketing Strategy	专业必修	2	1	
8	02814940	营销模型 I	Seminar on Marketing Models I	专业必修	2	2	
9	02814930	消费者行为（II）	Consumer Behavior Seminar II	专业必修	2	2	
10	02814680	市场营销专题	Special Topics in Marketing	专业必修	2	3	
11	02814950	营销模型 II	Seminar on Marketing Models II	专业必修	2	3	
12	02814540	管理研究方法（1）	Methods and Design in Management Research I	选修	3	1	
13	02801290	城市与区域经济学专题	Urban Economics and Regional Science	选修	3	1	
14	02810120	高级微观经济专题	Topics in Advanced Microeconomics	选修*	3	2	* 模型方向建议选修
15	02802980	机器学习与经管研究	Machine Learning and Social Science Research	选修	2	2	
16	02812780	机器学习与商业数据挖掘	Machine Learning and Data Mining	选修	2	2	
17	02811820	产业经济学专题	Topics in Industrial Economics	选修*	2	2	* 模型方向建议选修
18	02814730	高级计量经济学（2）	Advanced Econometrics II	选修*	3	2	* 模型方向建议选修
19	02803280	统计运算与数据分析	Statistical Computing and Data Analysis	选修*	4	2	* 战略方向建议选修

20	02801591	管理的经济学基础	Economics Foundation for Management	选修*	2	2	* 战略方向建议选修
21	02801592	管理的社会学基础	Sociological Foundation for Management	选修*	2	2	* 战略方向建议选修
22	02804000	实验设计与分析	Experimental Design and Analysis	选修	2	3	
23	02802860	行为经济学前沿专题	Research Topics in Behavioral Economics	选修*	2	4	* 行为方向建议选修（两年开一次）
24	01612730	决策行为	Decision-making Behavior	选修*	2		* 行为方向建议选修（心理学系开设）
25	01614281	经济心理学专题	Seminar on Economic Psychology	选修*	2		* 行为方向建议选修（心理学系开设）
26	02811010	博弈论与信息经济学	Game Theory and Information Economics	选修*	3	2or4	* 模型方向建议选修（两年开一次）

营销系博士生培养补充条例

2025 年 3 月

课程要求

1. 按照培养计划和学期课程计划安排进行选课。

2. 学生在博士项目期间（含寒、暑假）不得在校外非学术型机构实习。

博士生要求

1. 获得博士生候选人资格需要满足以下全部条件：（1）合格完成所有课程要求；（2）通过一年级论文、二年级论文；（3）通过综合考试。

2. 博士生延期毕业须经博士生培养委员会讨论通过，最多可延期两年毕业。

3. 一年级论文：以第一作者完成，英文，要求有一定的实证/实验数据或者模型的分析，在一年级结束的 9 月 1 日提交。每篇论文由两位老师匿名评审，以“优”、“良”、“合格”、“不合格”评定。如果有“不合格”评定，则需要修改或者重写，并在二年级第一学期结束的 3 月 1 日提交，由系博士生培养委员会再次评审。如果仍不通过，则无法参加资格考试的资格。一年级论文需在二年级第一学期的系博士生日作报告宣讲。

4. 二年级论文：以第一作者完成，英文，要求是一篇完整的、可投稿的论文，在二年级结束的 9 月 1 日提交。每篇论文由两位老师匿名评审，评审老师可为外校相关领域学者。论

文以“优”、“良”、“合格”、“不合格”进行评定。如果有“不合格”评定，则需要修改或者重写，并在三年级第一学期结束的 3 月 1 日提交，由系博士生培养委员会再次评审。如果仍不通过，则无法获得博士生候选人资格。二年级论文需要在三年级第一学期的系博士生日做宣讲。

5. 资格考试：考试内容范围是本领域的所有经典文献以及课程内容（而不是仅限于课程内容)。考试委员会主要由必修课的任课老师组成。

6. 系博士生日：系里每年秋季学期选定一天，作为博士生日，邀请全系老师参加和点评。二、三年级博士生必须宣讲自己的一、二年级论文；一年级及其他更高年级博士生可自愿报名汇报在研项目或完成的论文，但不做强制要求。