

中国石油大学（华东）

学术学位硕士研究生培养方案

学科名称：工商管理学 学科代码：1202

一、学位授权点简介

本授权点始于 1956 年石油工业经济专业，1998 年开始先后设立了企业管理、技术经济与管理、会计学三个二级学科硕士点；2006 年获得工商管理一级学科硕士学位授予资格；2009 年获得 MBA 试办资格，2010 年获得 MPAcc 授予资格，2015 年通过 MBA、MPAcc 专项评估。2020 年新设“能源经济管理”交叉学科博士点。本学科的科学研究的科学研究注重与国际主流规范接轨，人才培养注重锤炼学术创新能力。

本授权点设有企业战略与可持续发展、营销与服务管理、组织与人力资源管理三个培养方向。本着“融入主流创一流”的指导思想。在学校“211 工程”、“985 优势学科创新平台”、“双一流”建设等优势资源支撑下，深化学科建设，突出能源特色，形成实力雄厚的师资队伍，搭建特色鲜明的实验平台，开展全方位的国际交流活动，建成完善的专业人才培养体系。

二、培养目标

本学位点培养德智体美劳全面发展，具有强烈的社会责任感和可持续发展理念，恪守诚信，具有综合人文素质和国际视野，具备以下特质的高层次研究型人才：了解工商管理学科前沿动态以及学科间的关系，了解管理实践中面临的重大问题，熟悉企业管理基本理论和能源企业管理特性；系统掌握管理研究的基本方法、数据处理技术及商业智能（BI）；具备较强的批判性思维和创新性思维，善于提炼科学研究问题，具有跨学科学习能力，能够开展理论与实践研究。

三、培养方向

表 1 培养方向列表

序号	培养方向	特色与优势
1	企业战略与可持续发展	本方向以企业的战略分析、战略选择、战略实施和评价为主线，系统研究外部环境机会威胁与行业竞争、内部资源能力与优势劣势、业务层战略以及公司层战略。主要研究视角既包括战略各主要流派的理论研究，也包括并购重

		组、战略联盟等应用性分析。结合环境敏感型行业的特点及战略管理学术前沿，注重把社会责任和创新创业纳入企业战略，促进社会可持续发展。
2	营销与服务管理	以企业与市场关系为研究对象，探讨企业市场营销理念、机制和方法。主要研究现代市场营销导向、顾客价值与顾客满意、市场营销战略与计划、市场与消费者购买行为分析、产品开发与决策、定价理论与方法、分销渠道设计与管理、整合营销沟通、市场营销绩效评价、数字化与社会化营销、绿色营销等。结合营销领域学术前沿，注重对数智化背景下的营销模式创新与伦理挑战、可持续与绿色营销等议题的研究与探索，从而促进企业营销创新和社会责任营销实践。
3	组织与人力资源管理	以组织中的个体、群体、整个组织及其与外部环境互动过程中的行为研究对象，对各层面的行为规律进行系统的理论研究，同时以此为基础进行人力资源的获取、开发、保持、利用等方面的应用性研究。结合该领域的学术前沿，注重数字经济下的新兴组织形态（如平台型组织等）、团队过程以及中国情境下高绩效组织和领导者的本土特征方面的研究。

四、培养方式与学习年限

采用全日制方式，通过课程学习、科研训练、学术交流相结合的方式对学生进行培养。基本修业年限为3年，最长修业年限为5年。

五、课程设置与学分要求

1. 课程设置

表2 课程体系构成（含中文授课国际硕士生）

课程类型	学分要求	课程编号	课程名称	学时	学分	学期	说明	
必修课	5 学分	GB00003M	中国特色社会主义理论与实践研究	36	2	1		
		GB00004M	自然辩证法概论	18	1	2		
		GB00006M	第一外国语	32	2	1		
	基础理论课	2-3 学分	JL00015M	中级微观经济学	48	3	1	2 选 1
			JL00016M	高级管理学	32	2	2	
	专业必修课	5 学分	ZB08201M	管理研究方法	48	3	1	
ZB08202M			统计分析方法	32	2	1		
ZX08205M			人力资源管理	32	2	2		
选修课	不少于 2 学分	GX00001T	科研诚信与学术规范 MOOC	16	1	2	必选	
		GX00002M	体美劳素质素养	16	1	1-2	必选	
		GX00003T	学术论文写作与国际发表	16	1	2	建议选修	

		GX00004T	Upic 课程	16	1	1-6	
		GX00005T	文献检索与利用	24	1.5	2	
		GX00006T	研究生职业生涯发展与就业能力训练	16	1	2	
		GX00007T	学术英语视听说	16	1	2	
		GX00008T	出国留学英语	16	1	2	
		GX00009T	能源英语	16	1	2	
专业选修课 (每个培养方向 2-3 门)	≥6 学分	ZX08201M	大数据与管理	32	2	2	
		ZX08203M	战略管理	32	2	1	特色课程
		ZX08204M	营销管理	32	2	1	
		ZX08207M	消费者行为学	32	2	2	
		ZX08209M	管理学理论前沿	32	2	1	
		ZX08227M	管理心理学	32	2	2	
		ZX08228M	责任与可持续管理	16	1	2	
补修课程	不计入	BX08201M	管理学	32	2	1	跨学科报考至少补修 2 门
		BX08301M	财务会计学	32	2	1	
		BX08401M	微观经济学	32	2	1	
		BX08202M	统计学	32	2	1	
必修环节	2 学分	BH00001M	参加 10 次以上学术报告, 作 1 次公开学术报告	-	1	1-4	
		BH00002M	文献阅读与开题报告 (硕士)	-	1	3-4	
备注: 1. 《新时代中国特色社会主义理论与实践》中文授课国际硕士生由《中国概况》替代; 2. 《第一外国语》中文授课国际硕士生由《汉语言基础》替代; 3. 英语水平达到一定要求的硕士生, 依据学校有关要求可以申请免修《第一外国语》; 4. Upic 课程, 参照《中国石油大学(华东)研究生课程学分认定及成绩转换管理办法》(研院发〔2018〕10 号)有关要求执行。							

2. 学分要求

总学分不低于 22 学分, 其中课程学分不低于 20 学分。

3. 必修环节

参加 10 次以上学术报告, 作 1 次公开学术报告。研究生提交学术报告记录, 以及相关证明材料, 学院认定通过后, 获得 1 学分。

文献阅读与开题报告工作, 普通硕士生应在第三学期完成, 学位论文开题采取答辩方式进行, 并要求提交书面开题报告和文献总结。学位论文开题通过后, 获得 1 学分。

六、中期考核

研究生应在导师指导下，开展学术研究工作，并在第四学期初参加学位论文中期考核，具体参照《中国石油大学（华东）研究生中期考核管理办法》（中石大东发〔2021〕24号）执行。

七、科研训练与创新成果

研究生在学期间应加强科研能力培养和科研实践训练，取得的学术成果应满足《经济管理学院全日制研究生申请学位成果标准的有关规定》（经管院字〔2022〕7号）。

八、学位论文

学位论文工作是培养从事科学研究或独立担负专门技术工作能力的关键环节。硕士生要在导师或导师组的指导下，通过对中英文文献信息的检索、分类、阅读、分析和总结，选择工商管理相关的课题，开展规范的学术研究，并撰写学位论文。

学术硕士学位研究生论文开题一般在第三学期进行。研究生论文选题应密切结合本学科发展方向，具有较高的学术研究价值和实践意义。

学位论文工作时间从开题到答辩不应少于12个月，学位论文正文字数一般不少于3万字。

学位论文应遵循学术规范，立论正确，推理严谨，分析透彻，数据可靠，同时在相关研究领域应有一定的创新性。

九、学位论文评审与答辩

学位论文评审、答辩和学位授予等工作按《中国石油大学（华东）硕士、博士学位授予工作细则》（中石大东发〔2025〕2号）和其他规定执行。