

市场营销学 研究生培养方案

学院	管理学院	培养类别	博士、硕士
一级学科名称	工商管理	学科代码	1202
适用年级	从 2014 级开始适用	修订时间	2014 年 4 月
覆盖二级学科	市场营销学(1202Z2)		
学制	硕士： 3 年；博士： 4 年		
学分	硕士：总学分 ≥ 26 学分，其中课程学分 ≥ 24 学分，其他培养环节 2 学分		
	博士：总学分 ≥ 21 学分，其中课程学分 ≥ 19 学分，其他培养环节 2 学分		
培养目标	<p>1、必须掌握马克思主义的基本理论，拥护中华人民共和国宪法，遵守法律、法规，热爱祖国和人民，树立强烈的事业心和积极进取精神，具有与时俱进的创新意识。</p> <p>2、硕士：市场营销学硕士学位教育的培养目标包括：（1）具备扎实的市场营销基础理论；（2）善于运用市场营销学的相关理论和方法分析、研究和解决营销管理的理论或现实问题，并展现一定的理论或实践创新能力；（3）具有从事营销管理实践问题的应用研究或企业的营销管理实践工作的能力。达到《厦门大学市场营销学专业学位授予标准》规定的硕士学术水平。</p> <p>3、博士：市场营销学博士教育的培养目标是培养扎实和系统地掌握市场营销学基础理论和研究方法、具有创新研究能力的高级人才，达到《厦门大学市场营销学专业学位授予标准》规定的博士学术水平。具体表现在三个方面：一是具备扎实、深厚和系统的市场营销学理论基础，并了解国内外市场营销学科的学术研究范式和前沿研究动态；二是不仅系统掌握市场营销学理论、研究方法和技术，而且善于理论联系实际，提炼科学问题，开展相关的市场营销学理论研究和创新性研究；三是了解市场营销学的相关专业课程的教学思想、理念和方法，能独立承担本学科相关专业的教学和研究工作，促进市场营销学教育和实践的发展。</p>		
科研能力及素质等要求	<p>一、科研能力要求：</p> <p>1、硕士：深入了解和认识市场营销学科已有的研究成果，掌握市场营销学所属研究领域的相关理论和研究方法，善于理论联系实际，善于提炼科学问题，在导师的指导下，独立或合作开展理论或应用研究，研究成果具有一定的理论价值或应用价值。同时善于以学术论文、研究报告或口头方式，清晰表达自己的学术观点，展现研究成果。</p> <p>2、博士：针对理论发展前沿以及实践中出现的新问题、新现象，能够提炼出有价值的研究问题；能够独立开展高水平的研究；在学术合作中，能够与他人紧密合作，具备良好的组织协调能力；在课题调研和举办学术会议等实践活动中，具有良好的协调组织能力和动手能力。</p> <p>二、素质要求：</p> <p>1、硕士：有积极的求知欲望、较强的创新精神和严谨的科研作风，恪守学术规范，讲究学</p>		

	<p>术道德。具有坚实的管理学与经济学理论基础，熟悉相关学科知识，拥有较强的实践能力和应变能力，掌握科学的研究方法和技能，具备一定的研究视野，具有一定的科研能力，能从事本领域的相关理论研究。具备较强的语言文字表达能力、熟练掌握一门外语，</p> <p>2、博士：崇尚科学，热爱学术研究，谨守学术道德。具有扎实的基础理论、精深的专业知识、宽广的研究视野、敏锐的科研思维、科学的研究方法和严谨的科研作风，能够独立地进行科学研究，掌握本学科主要的研究手段和方法，具有较强的文字和语言表达能力；能熟练地掌握至少一门外国语。</p> <p>三、申请学位发表学术论文规定，按《厦门大学管理学院研究生申请学位发表学术论文的规定》执行。</p>
--	--

课程设置

课程类别	课程编号	课程中文名称	学分	开课学期	硕士	博士	备注
公共课： 硕士 4 学分 博士 2 学分	000010101	中国马克思主义与当代	2	秋		必选	
		马列经典著作选读	1	春		任选	
	000010201	第一外国语	2	秋、春	必选	任选	
	000010102	中国特色社会主义理论与实践研究	1	秋、春	必选		
	000010103	马克思主义与社会科学方法论	1	春	必选		
学院公共课 硕士≥ <u>9</u> 学分 博士≥ <u>13</u> 学分	060011001	高级微观经济学	3	秋	必修	必修	方法论课程 硕士至少需修 3 学分；博士至少需修 5 学分。
	060011002	高级管理学	3	秋	必修	必修	
	060011003	管理思想史	2	春	选修	必修	
	060011004	社会科学研究方法	2	秋	选修	必修	
	060011005	高级计量经济学	2	秋	选修	选修	
	060011007	实证研究方法（问卷）	1	春	选修	选修	
	060011008	实证研究方法（实验）	1	春	选修	选修	
	060011009	实证研究方法（案例）	1	春	选修	选修	
	060011010	质性研究方法	1	春	选修	选修	
	060011011	多元统计	1	春	选修	选修	
必修课： 硕士≥ <u>6</u> 学分	060926001	营销调研	2	秋	必修		知识类
	060926002	消费者行为	2	春	必修		知识类
	060926003	战略营销	2	秋	必修		知识类
选修课： 硕士≥ <u>5</u> 学分 博士≥ <u>4</u> 学分	060926004	数据库营销	2	春	选修		知识类
	060926005	品牌管理	2	春	选修		知识类
	060926006	网络营销	2	春	选修		知识类
	060926007	销售管理	2	春	选修		知识类
	060926008	国际营销	2	春	选修		知识类
	060926009	营销模型	2	春	选修	选修	知识类
	060926010	Special Topics in	2	春	选修	选修	研讨类

		Marketing					
	060926011	Seminar in Marketing Strategy	2	春	选修	必修	研讨类
	060926012	Seminar in Consumer Behavior	2	春	选修	必修	研讨类
其他要求	<p>研究生在硕士阶段已修读的课程在博士阶段可免修。</p> <p>在导师的指导下，研究生可以选修相关专业（如企业管理、广告学等）的课程作为选修课。</p>						
其他培养环节及要求							
其他培养环节	是否必修	学分	内容或要求				考核时间及方式
学术讲座	是	0	在学期间，每位研究生至少应写一篇符合学术论文规范的工作手稿（Working Paper），至少听满10场次学术讲座。				
中期考核	是	博士1 学分， 硕士0 学分。	1、硕士研究生应在第二学年秋季学期结束前进行开题报告和中期考核，广泛听取意见。没有进行学位论文开题报告，不得进行与学位论文有关的社会调研工作，不能申请学位论文答辩。				
文献综述与科研报告			2、博士研究生必须在第一学年结束时完成并提交一篇与毕业论文选题相关的文献综述；在第二学年结束时完成并向国内外期刊投稿一篇实证研究的论文。				
开题报告			3. 综合考试（开题）是博士研究生培养的必备环节，其目的是检查博士研究生是否掌握本学科坚实宽广的基础理论和系统深入的专门知识，确认其有能力进入论文的研究和写作阶段。毕业论文开题必须在第三学年结束前完成，具体规定和要求按《厦门大学管理学院博士研究生学科综合考试（开题）和中期分流相关规定》执行。				
社会实践	是	博士1 学分， 硕士2 学分。	研究生社会实践和教学活动的主要形式包括：担任课程助教、参加老师负责的横向课题、专项社会实践活动、挂职锻炼、校企合作基地实训实践、研究生创业就业实践以及其它实践活动。社会实践的其他要求按《厦门大学研究生社会实践管理办法》执行。实践时间不得少于3周。				
教学实践			在学期间，博士研究生至少在全系作2次学术报告。				
校外学习、交流经历							
学位论文	1、学位论文在研究生培养工作中占有重要地位，应在导师指导下由研究生独立完成。硕士研究生原则上要用一年的时间进行学位论文工作。博士生至少用两年进行学位论文工作。学位论文工作期间，研究生必须向导师（组）汇报论文工作阶段性进展情况。						

<p>2、学位论文的选题、文献综述、研究设计、规范性和成果创新性等要求按《厦门大学市场营销专业学位论文授予标准》执行。</p> <p>3、学位论文答辩和预答辩要求按《厦门大学管理学院研究生论文预答辩和答辩规定》执行。</p> <p>4、学位论文答辩前需进行查重，具体要求按《厦门大学管理学院硕士（学术型）和博士学位论文查重补充规定》执行。</p>				
本学科主要文献、目录及刊物（选填）				
序号	著作或期刊名称	作者	考核方式	备注（选读/必读）
1	Marketing Theory: Foundation, controversy, Strategy, Resource-Advantage Theory	Shelby D. Hunt	结合开题报告进行	战略营销方向必读
2	Theory Construction in Marketing	Zaltman, LeMasters, and Heffring	结合开题报告进行	
3	Handbook of Consumer Psychology	Curtis P. Haugtvedt, Paul M. Herr, Frank R. Kardes	结合开题报告进行	CB 方向必读
4	Journal of Marketing		撰写读书报告	战略营销方向必读
5	Journal of Marketing Research		撰写读书报告	
6	Strategic Management Journal		撰写读书报告	战略营销方向必读
7	Journal of Consumer Research		撰写读书报告	CB 方向必读
8	Journal of Consumer Psychology		撰写读书报告	CB 方向必读
9	Journal of the Academy of Marketing Science		撰写读书报告	
<p>文献阅读考核方式：1.课程考核：将此文献作为课程考核的考试范围； 2.结合开题报告或学科综合考试进行； 3.撰写读书报告； 4.其他，请注明。</p>				
审核意见				
学院（或系所） 意见	院长（签名）： 年 月 日			
一级学科培养 指导委员会意 见	一级学科培养指导委员会主席（签名）： 年 月 日			

