

# 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 学科代码：1202

### 一、学位授权点简介

中国石油大学“工商管理”学科始于1956年石油工业经济专业，于1998年、2000年、2003年分别获得企业管理、技术经济及管理、会计学二级学科硕士学位授予资格；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专业学位试办资格，2015年通过MBA专项评估。经过多年发展，本学科的科学研究和人才培养已形成明显特色：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。

### 二、培养目标

本学位点培养坚持党的基本路线，社会责任心强，遵纪守法，身心健康，拥有较完备的工商管理知识和良好的学术研究能力，善于进行批判性思维和创新性思维，熟悉能源企业管理特性，能够从事工商管理领域科学研究和管理实务工作，国际视野开阔，并能进行学术深造的高素质专门人才。

### 三、基本要求

#### 1. 品德素质要求

本学位点硕士研究生应具有较强的社会责任感和科学精神，诚实守信，敢于创新，追求卓越。

#### 2. 知识结构要求

本学位点硕士研究生应具备管理学、经济学基础理论和企业管理专业知识，系统掌握工商管理领域的主流研究方法，熟悉工商管理学科理论和实践前沿，具有较高的外语水平和宽广的学术视野。

#### 3. 基本能力要求

本学位点硕士生应拥有较为严密的逻辑思维能力和较强的开拓创新能力，能够独立开展学术研究和企业管理工作，同时具备较强的自主学习、知行合一的能力以及全方位的组织沟通和团队协作能力。

### 四、培养方向

本学科有三个培养方向：战略管理与创新、市场营销、组织与人力资

源管理。

1. 战略管理与创新。了解石油石化企业，掌握战略管理、创新管理等知识，具备企业战略环境分析、战略制定、战略实施等能力。同时，能够对一个企业或组织在一定时期的全局性、长远性发展方向、目标、任务和政策，以及资源调配做出决策和管理。

2. 市场营销。了解石油石化企业，掌握市场营销、国际营销等知识，具备企业市场环境分析、营销策略制定、营销策略实施等能力。同时，能够以顾客需要为出发点，根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，为顾客提供满意的商品和服务以实现企业目标。

3. 组织与人力资源管理。了解石油石化企业，掌握人力资源管理，组织行为学等专业知识，具备较强的组织设计与变革、人力资源开发与管理等能力。同时，能够建立健全管理机构，合理配备人员，制订各项规章制度，能够有效地配置企业内部的有限资源，确保以最高的效率，实现组织目标。

## **五、学习年限**

基本学习年限为 3 年，最长学习年限为 5 年。

## **六、培养方式**

主要采用全日制学习方式，同等学力申请硕士学位人员可采取非全日制学习方式。学术学位硕士研究生的培养主要采取课程学习、科研训练、学术交流相结合的方式，实行个别导师指导或团队导师指导。

## **七、学分要求**

总学分最低 29 学分，其中必修课 14 学分，选修课不少于 12 学分，必修环节 3 学分。

## **八、课程设置**

### **1. 核心课程**

本学科核心课程主要是高级管理学、管理研究方法、管理研究定量工具、战略管理研究、中级经济学、营销管理研究、人力资源管理研究。

#### **(1) 高级管理学 (Advanced Management)**

该课程介绍学习管理学的目的、管理的环境问题、管理的社会责任、目标管理、以及管理创新等知识，然后分四篇系统阐释管理的计划职能、组织职能、领导职能、控制职能四大核心职能的有关理论和方法，最后探讨了创业管理、风险管理、知识管理等的前沿管理学理论。

This course introduces the purpose of learning management, the environmental problems of management, the social responsibility of management and so on. This course consists of four core functions of management, such as planned functions, organizational functions, leadership functions and control functions. Finally, the frontier management theories such as entrepreneurship management, risk management and knowledge management are discussed.

## (2) 管理研究方法 (Management Research Method)

管理研究方法一般涉及哲学基础、一般方法和具体技术三个层次，本课程主要探讨前两个层次，目的在于培养学生的科学思维与研究逻辑。首先，从科学哲学的角度介绍管理研究的认识论和方法论基础；其次，从实证研究的角度说明管理研究的一般过程及构成要素；再次，针对管理研究过程的各个环节，如提出问题、文献研究、研究设计、数据收集、数据分析与解释等，详细说明具体操作及一般规范；最后，结合研究过程详细介绍案例研究、调查研究、实验研究等主流的管理研究方法及其应用。为学生从事管理科学研究和学术创新奠定方法论基础。

This course consists of three levels, they are philosophical foundation, general method and specific technology. This course mainly discusses the first two levels in order to cultivate students' scientific thinking and research logic. Firstly, it introduces the epistemology and methodology foundation of management research from the perspective of philosophy of science. Secondly, it illustrates the general process and components of management research from the perspective of empirical research. Thirdly, it explains the specific operation and general norms in all aspects of the management research process. Finally, management research methods, such as case study, investigation and research, and experimental research are introduced.

## (3) 管理研究定量工具 (Management Research Quantitative Tools)

本课程是《管理研究方法》的后续课程。主要介绍管理研究过程中常用的定量分析技术。首先，依托 SPSS 软件介绍推论统计、相关分析、回归分析、因子分析、聚类分析等常用的统计技术，并结合研究实例讲述它们的具体应用；其次，依托 AMOS 或 LISREL 软件，介绍结构方程建模技术及其在管理研究中的应用；再次，根据管理研究的最新进展，对新的管理研究定量分析技术（如多层线性模型 HLM 等）进行专题介绍。为保证管理研究的严谨性提供定量支撑和操作规范。

This course is a follow-up course in management research methods. Firstly, based on SPSS, it introduces statistics, correlation analysis, regression analysis, factor analysis, cluster analysis and other common statistical techniques, and describes their specific applications with examples. Secondly, based on AMOS or LISREL, the structure equation modeling technology and its application in management research are introduced. Thirdly, according to the latest development of management research, the quantitative analysis technology of new management research is introduced.

#### （4）战略管理研究（Research on Strategy Management）

本课程融合管理学、经济学、财务管理、市场营销、人力资源管理等多学科知识，主要讲授战略内容和战略过程两个方面的内容。战略内容主要从公司战略、业务战略、职能战略展开；战略过程则从战略分析、战略、战略实施展开。目的是培养学生的战略思维，掌握必要的战略分析和制定工具。

This course combines knowledge of multiple disciplines, such as Management, Economics, Financial Management, Marketing, and Human Resource Management. The course focuses on strategic content and strategic processes. Strategic content focuses on organization-level strategy, business-level strategy and function-level strategy. Strategic processes pay attention to strategy analysis and implementation. This course aims to cultivate students' strategic thinking, lead them to master adequate tools to analyze and make strategies.

#### （5）中级经济学（Intermediate Economics）

本课程主要由中级微观经济学和中级宏观经济学两个部分组成。中级微观经济学围绕个人、决策者和企业如何运用微观经济学理论这个使用工

具来分析问题和解决问题。中级宏观经济学从当代宏观经济学的视角考虑短期波动和经济稳定政策议题，深入分析诸如长期经济增长的决定因素、贸易平衡和资金流动、劳动市场以及制定政策的机制等其它重要问题。

This course mainly consists of Intermediate Microeconomics and Intermediate Macroeconomics. Intermediate Microeconomics discusses about how individuals and organizations apply theories and tools to analyze and resolve problems. Intermediate Macroeconomics focuses on two policy agendas of short-term fluctuation and economic stability and deeply analyzes other important issues, for example, certain determinants of economic growth, trade balance, flow of capital, human capital market and policy making mechanism.

#### (6) 营销管理研究 (Research on Marketing Management)

营销管理是企业经营管理的重要组成部分。本课程是企业根据企业战略、竞争优势和目标客户需求等方面，规划和实施营销理念、制定市场营销组合策略，为满足目标客户需求和企业利益而创造交换机会的动态、系统性管理过程。

Marketing is a core component of business administration. This course mainly discusses about planning and implementation of marketing ideas, and establishing marketing mix strategies based on organizational strategy, competitive advantages, and the needs of target audience. Moreover, this course also creates dynamic and systematic procedures through which organizations can meet customers' needs and realize organizational interests.

#### (7) 人力资源管理研究 (Research on Human Resource Management)

本课程是在经济学和人本思想指导下，通过研究招聘、甄选、培训、绩效考核和薪酬等管理形式对组织内外相关人力资源的有效运用，来满足组织当前及未来发展的需要，保证组织目标实现与成员发展的最大化。

This course is guided by Economics and Humanism. Through personnel assessment and selection, training, performance and compensation management, this course mainly focuses on how to maximize the function of human resource to fulfill organization development and to realize organizational goals.

## 2. 课程设置

见附表。

课程设置及培养环节说明：

(1) Upcic[ʹ ʌpsik]是 UPC Intensive Curricula 的缩写,意为中国石油大学集中式课程。研究生参加的各类学术创新实践活动,如各类暑期学校、暑期集中安排课程、专题学术研讨会、学术论坛、重要学科竞赛、创新创业活动等,均可以换算成 Upcic 学分。Upcic 学分依据《中国石油大学(华东)课程学分认定与成绩转换办法》进行认定。

(2)《第一外国语》为公共必修课,原名为《基础外语》,研究生英语水平达到一定要求可以申请免修。其他语种的学生修读相应语种课程。

(3) 研究生必选本方向被列为核心课程的专业选修课。

(4) 补修课:跨学科报考或同等学力录取的研究生,由导师指定补修我校对应本专业的 2 门本科主干课程,最多不超过 4 学分。补修课所取得学分不计入总学分。

(5) 专业外语:专业外语是一个必修环节,由导师指导查阅一定数量的专业外文文献资料,在第三学期开题阶段提交一份外语文献阅读报告,或者在学术期刊上公开发表 1 篇以上(含 1 篇)外文学术论文。成绩由导师认定。

## 九、中期考核

研究生应在导师指导下,积极深入地完成论文撰写工作,并在第四学期初参加学位论文中期考核,具体考核依据《中国石油大学(华东)学术学位研究生中期考核暂行规定》(中石大东发[2015]35 号)。完成培养计划规定的全部学分要求,成绩合格并顺利通过开题者,视为通过中期考核。

## 十、科研训练与学位论文

1. 科研训练与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,通过文献信息检索阅读、调查与研究等,选择适当的课题,开展学术研究,并撰写学位论文。

2. 研究生在读期间至少研读 70 篇管理学、经济学及和研究方向有关的文献资料,其中外文文献不少于 1/3。文献阅读情况由导师考核,并上交相关考核材料。

3. 学术硕士学位研究生学位论文选题在第三学期进行。要求选题密切结合本学科发展方向,具有一定深度和较高的学术研究价值,具有一定的创新性。科研训练和学位论文工作时间一般不少于 1 学年。

4. 学位论文应遵循学术规范，立论正确、推理严谨、说明透彻、数据可靠，在重要内容上应有所创新，论文正文一般不少于 3 万字。

### **十一、创新成果**

全日制硕士研究生（留学生除外）在申请学位之前应满足以下三个条件之一：

1. 在高水平学术期刊公开发表与专业相关的学术论文。
2. 参加国际或国内专业相关的高级别学术会议并宣读论文。
3. 以前三名（含第三）参与编写的案例被中国管理案例共享中心、全国 MPAcc 教学案例库、中国金融专业学位案例中心或中国专业学位教学案例中心案例库收录。

### **十二、学位论文评审与答辩**

学术学位硕士研究生完成培养方案中规定的所有环节，成绩合格，达到培养方案规定的学分要求，符合学校相关规定的，可申请学位论文评审与答辩。学位论文评审与答辩一般在硕士研究生入学后的第六学期进行。学位论文评审与答辩按照依据《中国石油大学（华东）学位授予工作细则》（中石大东发[2015]33 号）和其他有关规定进行。

通过学位论文答辩，符合毕业条件颁发相应学科毕业证书。达到本科学学位（授予）标准及其他有关要求，符合学位授予条件的，可依据《中国石油大学（华东）学位授予工作细则》（中石大东发[2015]33 号）审批，授予管理学硕士学位。

中国石油大学（华东）研究生课程设置（学术硕士）

学院名称：经济管理学院

专业名称：工商管理

专业代码：1202

课程类型		课程编号	课程名称	学时	学分	学期	备注
必修课 (14学分)	公共必修课	6000002	中国特色社会主义理论与实践研究 (中文授课国际硕士生由《中国概况》替代)	32	2	1	
		6000012	第一外国语 (中文授课国际硕士生由《汉语言基础》替代)	32	2	1	
	专业基础课	7084051	高级管理学	32	2	1	平台核心课
		6084105	管理研究方法	48	3	1	平台核心课
		7084106	管理研究定量工具	32	2	2	平台核心课
		6085106	中级经济学	48	3	1	平台核心课
选修课	专业选修课(≥6 学分)	6084012	战略管理研究	32	2	1	战略管理与创新方向核心课
		6084009	营销管理研究	32	2	1	市场营销方向核心课
		7084112	市场调查与研究	32	2	2	
		6084008	组织行为研究	32	2	1	
		7084109	消费者行为研究	32	2	2	
		6084011	人力资源管理研究	32	2	1	组织与人力资源管理方向核心课
		6083131	财务管理研究	32	2	2	
		6081006	高级项目管理	32	2	3	
		6084104	管理信息系统	32	2	1	
	公共选修课(≥4 学分)	6000003	自然辩证法概论	16	1	2	必选
		6000013	研究生英语听说	16	1	2	7选2, 必选
		6000014	学术英语阅读与写作	16	1	2	
		6000015	英汉语言比较与翻译	16	1	2	
		6000016	跨文化交际与沟通	16	1	2	
		6000017	英语国家经典文学作品赏析	16	1	2	
		6000018	能源英语	16	1	2	
		6000019	出国留学英语	16	1	2	
		6000067	公共体育	16	1	1、2	必选
		6000044	大数据技术与应用	16	1	1	



	Upic课程 (≤3学分)	6000069	中国石油大学(华东)集中式课程	-	≤3	1-4	
	补修课程	5000051	管理学	32	2	1	
		5085101	微观经济学	32	2	1	
		5083001	财务会计学	32	2	1	
		5083027	统计学	32	2	1	
必修环节(3学分)	7080101	参加10次以上学术报告, 作1次公开学术报告		-	1	3	
	7080102	专业外语		-	1	3	
	7080103	文献综述与开题报告		-	1	3	

总学分 ≥29学分