

学位授权点建设年度报告

(2022 年度)

授权学科	名称：工商管理
(公章)	代码：1251

2023 年 2 月 20 日

工商管理硕士专业学位授权点建设年度报告

(2022 年)

一、学位授权点建设情况

(一) 培养目标

商学院 MBA 教育秉承“创商学院新知，育商界精英”的办学理念和“笃学、慎思、明辨、尚行”的校训精神，致力于培养具有世界眼光、本土经验、人文素养、社会责任的商界领袖和企业高级经营管理人才。

(二) 学位标准

商学院 MBA 教育中心根据工商管理硕士的培养特点，结合社科院师资方面的优势，强调学位论文要进行充分调研，紧密结合企业和行业实际情况，体现工商管理硕士专业学位的特点。通过编写专题研究报告或有学术水平的调查报告、企业诊断报告、高质量的案例等，对所研究的课题在资料、角度、工具、方法、观点、理论等方面，与企业的管理实践相结合，注重理论分析和解决实践中的问题。

(三) 师资以及科研支持

1. 强大的师资阵容

中国社会科学院大学商学院 MBA 教育中心依托中国社科院强大的师资力量和雄厚的学术资源办学，教学环境良好，人文底蕴深厚，学术作风优良。现拥有包括中国社会科学院学部委员、副院长高培勇教授；中国社会科学院财经战略研究院院长何德旭教授；国务院参事、

中国社会科学院工业经济研究所杜莹芬教授等一大批教授、学者作为 MBA 教育中心的校内导师。此外，还有来自中央有关部委和大型企业的一批理论功底较深、实际操作经验丰富的学者型干部和企业家作为特聘导师参与授课。全部 MBA 专业课程骨干教师具有本学科教授及副教授职称、或有本学科博士学位并具有一定的教学经验。2022 年，现有校内导师 77 人，其中正高 63 人，副高 14 人，博士 74 人，硕士 2 人；校外导师有 183 人，其中正高 12 人，副高 14 人，博士 115 人，硕士 58 人。

表 1 师资主要数据

	人数	年龄				学历学位			职称	
		30-40	40-50	50-60	60-	本科	硕士	博士	副高	正高
校内导师	77	4	32	27	14	1	2	74	14	63
校外导师	183	11	57	95	20	10	58	115	14	12

表 2 师资队伍获奖情况统计表

序号	奖项名称	获奖成果名称	获奖等级	组织单位	组织单位类型	获奖时间	获奖教师姓名（排名）
1	第二届北京高校教师教学创新大赛	《创业基础》	三等奖	北京市教育委员会	政府机构	2022 年	王艳茹
2	第十三届优秀皮书奖	《社会组织蓝皮书：中国社会组织报告（2021）》	二等奖	中国社会科学院皮书学术评价委员会	学会	2022 年	黄晓勇、徐明

2022 年 11 月，商学院校内研究生导师共 64 人参加了由中国社会科学院大学党委组织的导师培训。

2. 举办学术讲座

为开阔学生的学术视野，提高学生的科研能力和素养，商学院组织了丰富多彩的学术讲座，讲座分为财经前沿学术讲座和商学院科教融合前沿讲座。2022 年主办的主要学术讲座有：

2022 年 5 月 20 日，中国人民大学商学院教授、博士研究生导师王化成教授在线上为同学们带来了主题为“价值网平台组织的财务管理”的财经前沿讲座。本次王教授结合各种典型案例，深入浅出地分析了价值网平台组织的财务管理，整体立意深远，内容详实，分析透彻，案例生动形象，同学们都受益匪浅。

2022 年 5 月 27 日，中国社会科学院经济研究所研究员倪红福老师在线上为同学们带来了主题为“经济管理研究选题，方法与写作：从 0 到 1”的财经前沿讲座。

2022 年 11 月 17 日，学院邀请中共中央党校（国家行政学院）经济学教研部副主任许正中教授担任主讲，讲座题目为“全面准确把握新发展理念、加速实施数字中国战略”，该讲座以线上线下相结合的方式举行。

3. 加强实践性教学环节

在师资选择上，邀请企业界人士讲授 MBA 相关课程，强化理论的实践操作性，使 MBA 学生在巩固理论知识的基础上，结合实际行业的具体情况提高自己分析及解决问题的能力。在授课方式上，积极鼓励授课教师采用案例讨论、企业调研、沙盘模拟等多种形式的授课模式，意在有效地促进学生对课本中理论知识的消化吸收，真正体现理论与实践相结合的教学模式的独特优势。

4. 举办学术征文比赛和承办学术会议

为营造勤于思考、敢于创新、善于理论联系实际的良好学术氛围，搭建社科学子学术交流、成果展示的平台，商学院在 2022 年 6 月组织“中国特色管理学理论与实践”征文大赛，面向全体在校社科大学生公开征文。

2022 年 5 月 27-28 日，由商学院承办的第二届“新时代人力资源管理创新与发展”高端学术论坛以腾讯会议的形式在云端召开。本次论坛以“数字经济时代与人力资源管理变革”为主题，着重探讨“人力资源管理的理论与创新发展和”人力资源管理的实践与挑战应对”两个方面的问题。

2022 年 11 月 4 日，商学院“中国特色管理学理论与实践”学术论坛暨《社科商学苑》2022 年第一期发布仪式在良乡校区笃学讲堂成功举行。商学院积极探索提升学生科研能力的有效途径，调动学生科研的积极性和活跃性，以此次论坛为基础，举办青年学者论坛并将其打造成青年学子学术交流的优质平台。

（四）过程管理

1. 规范招生程序，严格遴选优秀学生

2022 年 MBA 网报人数 259 人，招生指标 141 名。工商管理硕士专业初试平均分为 198 分，最高分 257 分，英语单科最高分 85 分，综合类联考单科最高分 182 分。

MBA 项目招生的初试、复试、录取、调剂等各项工作严格依据教育部、北京考试院、我校招生办发布的相关文件，贯彻落实具体的招

生规定和要求，所有招生实施阶段建立监督与公示机制，并制订 MBA 项目复试、录取工作具体实施方案，确保招生工作公平、公开、公正，遴选一批与 MBA 培养目标相符合的优质生源。

2. 加强思政教育和学风建设

MBA 学生入学后，各班成立党支部和团支部，在学校党委和学院党总支的指导下，商学院团总支在 2022 年 5 月举办“青春心向党，建功新时代”共青团史知识竞赛活动。五四青年节来临之际，恰逢中国共产主义青年团成立 100 周年。在同心抗疫的特殊时节，学院组织了五一假期间的主题团日活动以及学习讨论习近平总书记在中国人民大学考察时的重要讲话精神等系列活动。

学风建设是全面推进素质教育、培养高素质人才的关键。MBA 教育中心注重学生的思想道德修养，在考风考纪、学位申请、班风建设等方面严格要求，不断增强学生的诚信意识和社会责任感。为预防学术不端行为，中心根据《中国社会科学院关于处理学术不端行为的办法》制定了细化的学位论文学术规范检测规定。除此之外，中心也会定期开展学风建设相关活动，并且针对学风建设制定了奖惩办法。

3. 规范培养环节

2022 年，MBA 中心修订了培养方案，重点是将要获得学位课程总学分不少于 46 学分修改为不少于 45 分，同时将公共必修课英语的 3 学分调整为 2 学分。

学院根据工商管理学位点设置的专业，为 2021 级全日制 MBA 学生开设了 1 门公共课、3 门专业基础课、8 门专业必修课和 2 门选修

课程，为非全日制开设了 1 门公共课、5 门专业基础课、8 门专业必修课和 2 门选修课程。为 2022 级全日制 MBA 开设了 1 门公共课、9 门专业基础课和 2 门选修课程，为 2022 级非全日制 MBA 开设了 1 门公共课、6 门专业基础课和 2 门选修课程。必修课强调基础性和全面性，旨在培养学生对各自专业领域的专业知识有更深层次的理解和认识；选修课程旨在拓宽 MBA 学生的知识面，提高学生综合素质。

商学院不断对课程体系以及教学方法进行探索创新，构建以实践为导向的“基础课+专业必修课+实践提升课+第二课堂”等多层次、渐进式的课程体系。开展了丰富多彩的学术讲座，开阔了学生视野，提升了科研能力。

学院依托社科院强大的研究团队和国情调研平台，提供多渠道案例研发支撑，有针对性地开展校企互动，关注业界动态，进行深度挖掘，搭建案例教学与企业沟通的桥梁，推动我院 MBA 教育中心案例开发及课程建设。

表 3 举办的主要针对论文写作与教育学习的学术讲座

序号	活动名称	活动形式	开展时间	参加人数	教育内容
1	《经济管理研究选题，方法与写作：从 0 到 1》讲座	学院讲座	2022 年 5 月 27 日	176 人	介绍学术论文的几个要点，其次讲解了研究的方法，并强调了学术文章要有逻辑和创新，最后通过题目、摘要、关键词、引言、文献综述、核心正文和结论和参考文献共八个方面详细讲述了写作时的要点。
2	《新生学科专业教育：社科大之“学”与“习”》	学院讲座	2022 年 9 月 16 日	147 人	学术研究不仅要拓展学术的边界，还要研究事关党和国家事业发展全局的重大理论和现实问题，将理论知识与现实

					问题结合起来，进而才可能有机会回答中国之问、世界之问、人民之问、时代之问。
--	--	--	--	--	---------------------------------------

4. 加强第二课堂建设，培养学生实践能力

根据学生特点，学院积极开展社会实践、企业访学等活动。2022年，先后组织学生参加创业大赛、企业管理挑战赛、“中国特色管理学理论与实践”征文大赛等十余项学术和文体活动；开展百度集团、国筹数据等系列企业访学十余次；举办近十余次社会实践讲座论坛，培养了同学们的实践能力和创新精神。

2022年12月9日，中国社会科学院大学商学院就业指导讲座邀请到了全球职业规划师、注册国际职业培训经理、校招专家面试官张秀宝老师作为主讲嘉宾，以线上的方式为同学们带来了主题为“职场扬帆，职面未来”——求职与面试技巧的专题讲座，助力同学们在以后的求职过程中根据自身情况做出正确的职业选择与决策。

表4 参加国内外重要赛事

序号	赛事名称	学生姓名	组织单位名称	获奖等级	获奖时间
1	光明优倍杯创业大赛	贺遥、张凌宇、罗平	创业大赛组委会	优胜奖	2022年11月
2	亚太地区商学院沙漠挑战赛	徐达开、刘峰、周龙环、王雪艳、张明宇等	亚沙组委会	沙鸥奖	2022年5月

表5 参加的代表性社会实践活动

序号	活动或成果名称	活动实践	活动或成果简介
1	“青创北京”2022年“挑战杯”首都大学生创新创业计划竞赛“青创京郊”	2022年6月	组织学生参加创新创业专项赛，一方面，能够在产品设计、服务改进以及创新商业模式的思考方面有效锻炼学生的创新能力；另一方面，学生可

	专项赛		以在比赛中与各行业人士交流合作，了解市场状况和行业趋势，积累宝贵的实践经验。此外，还可以提高学生的知识水平和实践能力，锻炼其思维能力，培养自信心和创造力，全面提升个人素质和竞争力。
2	北京市大学生数智化企业经营沙盘大赛	2022 年 10 月	全国大学生“新道杯”ERP 沙盘模拟企业经营大赛已连续举办十七届，有效推动了经管类各专业的教学改革、课程建设和专业内涵建设，为高等学校教学质量与教学改革工程落地提供了坚实基础。通过大赛培养和提升了学生对企业核心岗位及运营流程的认知，锻炼了学生的综合应用能力，同时比赛为院校之间交流搭建了更为广阔的平台。

5. 严格质量管理，提升论文质量

学院严格执行 MBA 培养方案及有关规定，加强对教学计划、教学质量、课程设置、导师选聘等各环节的管理，从教学大纲编写、教材选取、试卷设计、课堂考勤、教学评价等环节进行教学过程的全程监督和控制，为教学质量目标的实现提供了保证。MBA 中心制定了 11 个学位政策文件，从学位论文开题到取得学位证书共需通过 13 个环节的审核，强化指导教师对学位论文的质量管控责任，实现了对学位工作全过程、严格化管理。2022 年，中心共有 124 名学生通过学位论文答辩，取得工商管理硕士学位。学位论文盲审通过率为 79%，答辩通过率为 98%。2022 年，本学科共抽检学位论文 8 篇，抽检合格率 100%，全部通过抽检评议。

6. 奖助体系

学校建立了完整的研究生奖助体系。奖学金包括国家奖学金、学

业奖学金、新生奖学金等。2022 年共发放新生奖学金 6.2 万元，奖励学生 12 人；发放学业奖学金 17.9 万元，奖励学生 31 人。学校严格按照国家的规定和标准，对符合助学金评定对象的研究生发放助学金。除设立奖学金、助学金外，还设立特困研究生补助和家庭经济困难毕业生求职补贴，对我校家庭生活贫困的研究生提供一定的资助。

（五）社会效益

截止 2022 年，MBA 共培养 1682 名优秀毕业生。学生综合素质不断提高，毕业生在就业市场上有较强的竞争力。2022 年，学生就业比例达到 84.68%以上，主要就业类型包括：国有企业、民营企业、党政机关、三资企业等，主要从事金融、咨询、科技等行业。

表 6 毕业生的就业去向

单位类别	年度	党政机关	高等教育单位	中初等教育单位	科研设计单位	医疗卫生单位	其他事业单位	国有企业	民营企业	三资企业	部队	自主创业	升学	其他
全日制硕士	2022	12	2	0	2	0	8	17	16	2	0	0	0	0
非全日制硕士	2022	3	0	2	0	0	1	18	36	4	1	0	0	0

2022 年 12 月 2 日，由中央广播电视总台·央广网主办、中国 MBA 教育网承办的“管理就是生产力暨 2022 央广网 MBA 年度峰会”于云端圆满举办。中国社会科学院大学 MBA 项目凭借院校实力及品牌的社会影响力荣获“2022 年度社会影响力 MBA 院校”奖项。

二、学科授权点建设存在的问题

基于本轮学位授权点自我评估，发现本工商管理硕士学位授权点存在以下三方面的问题：

1. 虽然社科大 MBA 以中国社会科学院这一强大的国家智库平台为依托，但办学特色还不够突出，办学优势还没有充分发挥出来。

2. 招生质量有待进一步提升。虽然报考生源不断增长，一志愿上线人数仍有欠缺，需要调剂。每年都有大量的非全日制考生调剂，生源质量需要进一步提高。

3. 案例开发和教学需要进一步提升。学位点建设以来入选中国工商管理案例库的数量偏少，任课老师对案例的撰写和使用缺乏积极性。

三、下一年度建设计划

1. 继续深化科教融合，突出办学特色，提升品牌力和影响力。进一步依托学校特有的平台优势，充分发挥科教融合办学模式的特色优势，强化前沿发展方向，提升品牌力和影响力。结合学校特色和优势学科，精心设计培养方案，进一步凝练企业战略管理、财务与金融、创新与创业等特色专业方向，优化特色课程模块。

2. 要进一步加大招生宣传力度，通过中介机构扩大宣传范围，走出去面向考生主动宣传，不断提升学校的影响力，结合往年考生来源分布，有针对性地确定目标市场，提高报考生源数量及生源质量。

3. 加大案例编写的支持力度，提升案例在教学中的比重。修订与案例相关的绩效考核管理办法，增加案例成果认可度，加大商学院案例中心建设力度，鼓励教师积极参与案例开发建设，继续探索完善案例教学、案例研究、案例开发、案例竞赛、案例论文“五位一体”的

案例管理模式，打造富有特色的工商管理本土案例库，进一步支持学位点教学研究和学科发展。