

一、我与学会的博士生联合会

——写给第一届博士生联合会理事会成员的公开信

南开大学 李东进

中国高等院校市场学研究会(以下简称学会)于2016年3月决定成立学会下设的博士生工作指导委员会和市场营销学博士生联合会,经过多次酝酿和认真准备,于同年7月正式成立学会下属的博士生工作指导委员会和中国高等院校市场营销学博士生联合会(以下简称“博联会”)。博联会的成立不仅在我国博士生学术平台建设上迈出了一大步,而且标志着我国博士生学术共同体逐渐形成,是践行“有组织科研”精神的重要体现。在博士生工作指导委员会的支持和指导下,博联会在其理事会的带领下做了大量的工作;每年的博士生日活动,包括小时工作坊、导师有约、主题演讲、优秀博士生论文交流等内容丰富、形式多样,特别是每年定期发布的白皮书已经成为了解中国营销学科博士生培养成效的一个重要参考,也成为市场营销学博士生了解就业信息、确定职业方向的一个重要依据和坐标。

我连任第一届和第二届学会博士生工作指导委员会主任(2016—2023年),代表学会负责对博联会的具体指导工作。学会成立博联会是一项开拓性的工作,成立初期的酝酿、筹备、章程起草、理事会产生办法确定等准备工作,现在仍记忆犹新。作为一份记录,在这里公开我于2016年7月2日写给中国高等院校市场学研究会博联会第一届理事会成员的信,谨以此纪念中国高等院校市场学研究会成立40周年。

写给中国高等院校市场学研究会博联会理事会成员的信

亲爱的同学们:

你们好!

我是中国高等院校市场学研究会副会长、南开大学的李东进教授。经研究会会长符国群教授任命,由我担任中国高等院校市场学研究会博士生工作指导委员会主任一职。

首先,我代表中国高等院校市场学研究会祝贺你们成为中国高等院校市场学研究会博联会理事会成员。

中国高等院校市场学研究会创立于1984年,是经民政部批准并登记注册的全国性营销学学会组织。去年,符国群教授担任会长伊始,便积极调动各方面资源,努力把研究会打造成包容、开放、规范的学术组织,致力于提升我国营销学研究的

整体水平。

博士生是学术研究主力军,我们一直积极地探索,如何依托市场学研究会这一平台助力博士研究生的成长和发展。经过前期充分的酝酿讨论,研究会决定成立中国高等院校市场学研究会博联会。为此,我们从全国范围内确定了32所高校,并由营销专业负责老师推荐本校的博士生参加中国高等院校市场学研究会博联会理事会。

为了筹备博联会,中国高等院校市场学研究会将下设博士生工作指导委员会,委员会成员分别来自北京大学、清华大学、中国人民大学、复旦大学、南开大学、上海交通大学、武汉大学、中山大学和西安交通大学,他们均是学术成果优秀、责任心强的年轻教师。相信你们在他们的帮扶和指导下,一定能够建设好这一市场营销学博士生交流平台。

目前,博联会的筹备工作在紧张有序进行。现在,我将《中国高等院校市场学研究会博联会章程(草案)》(以下简称《章程》)、“中国高等院校市场学研究会博士生工作指导委员会名单”“中国高等院校市场学研究会博联会理事会成员名单”发与你们,希望你们对相关信息有所了解。

7月22日上午,我们将在南开大学商学院召开第一届博士生工作指导委员会和博联会理事会议联席会议,讨论《章程》,确定博联会理事长和副理事长候选人名单;7月22日下午,将举行中国高等院校市场学研究会博联会成立大会(通过《章程》,选举理事长和副理事长);成立大会之后,将安排博士生论坛,届时,3名境内外青年学者将做主题演讲。

在此,我代表市场学研究会和年会组委会正式邀请你们参加7月22日的活动(7月23—24日,我们还将举行中国高等院校市场学研究会学术年会,会议的相关日程安排,请持续关注大会官网发布的信息:<http://market-conf.bsnku.net>)。

关于博联会理事长和副理事长的产生办法,现有以下方案。

(1) 博士生工作指导委员会提出候选人名单。

(2) 你们通过邮件方式推荐(包括自推)理事长1名副理事长若干名。

你们对上述两种产生办法如有意见和建议,请于7月8日(周五)之前反馈给王锐老师(博士生工作指导委员会秘书长)。

相信你们能够建设好这一属于你们博士生自己的学习交流平台!

祝好。

(李东进 中国高等院校市场学研究会第10届、第11届理事会副会长,南开大学商学院教授)