

六、博联会工作总结报告

(第一届至第四届,2016年至2023年)

“中国高等院校市场营销学博士生联合会”(以下简称“博联会”),于2016年7月成立,2023年是成立的第七年。博联会两年一换届,按照2018年修订版博联会章程“第十条 理事会的产生”的规定,理事会是联合会的执行机构,负责联合会的日常工作。理事会由若干名理事组成,其中理事长一名、副理事长若干名、秘书长一名、副秘书长若干名。理事会联络处设在理事长所在单位。理事长、副理事长、秘书长和副秘书长任期两年,可以连任一届。

目前,博联会理事会已到第四届,第一届至第四届理事长、秘书长名单如下(关于秘书长和副秘书长职位,第一届没有明确设立这两个职位,2017年经第一届理事长杨海龙提议、博工委老师同意,特殊委任一名秘书长,2018年秘书长和副秘书长设立正式写入博联会章程)。

第一届 2016—2018年

理事长:杨海龙(中国人民大学)

秘书长:吴月燕(湖南大学,从2017年开始)

第二届 2018—2020年

理事长:丰超(西安交通大学,香港城市大学)

秘书长:吴月燕(湖南大学)

第三届 2020—2022年

理事长:谢鹏(武汉大学)

秘书长:靳珊(华东理工大学)

第四届 2022—2024年

理事长:王馨萌(复旦大学)

秘书长:席悦(西南交通大学)

在李东进老师的建议下,博联会对成立至今的工作进行简要总结。总结内容分别由第一届至第四届理事长撰写后汇总而成,具体的工作总结内容如下(工作形成材料可见附件)。

博联会第一届理事会主要工作总结(2016—2018年)

博联会第一届理事会成立后,面临的首要问题就是,如何紧紧围绕联合会宗旨,构建稳定的可持续运营体系,不断扩大自身影响力,从而有能力团结全国各高等院校市场营销方向在读博士生,促进不同高校博士生之间的联系和交流。

在此背景下,第一届理事会在博工委老师的指导下,明确了“建立营销博士生沟通联系机制”“打造就业信息集散地”和“推动校际营销学术信息共享”三个主要工作方向,并围绕上述工作方向构建了不同工作小组和定期沟通机制,进一步明确责任分工。经过两年的不懈努力和反复试错,取得了以下工作进展。

第一,构建多个沟通平台,实现跨校际的广泛联结。为了促进广大营销博士生之间的沟通与交流,我们申请了博联会的官方微信号,设计了联合会的正文英文名称和宣传 Logo,建立了微信群和 QQ 群。与此同时,为了保证官方微信的活跃度和可持续性,我们采取了每位理事接续运营的模式,充分发挥每位理事的积极性,也促进了官方微信号的内容多样性。

第二,开启了营销博士生白皮书的撰写和发布工作。在博工委老师的统一指挥下,博联会组织核心力量设计调研问卷、上线调研问卷,在各博士生培养单位采集信息,撰写并集中发布调研报告。调研报告集中展示了市场营销专业(方向)博士生的科研和就业全貌,调研结果也被媒体所关注和报道,扩大了自身影响力。

第三,落地博士生日活动,形成集中交流的持续机制。在博工委老师的指导下,我们协助落地了博士生日活动,并在博士生日中设置了包括主题演讲、博导沙龙和博士生之夜等多种形式的活动。

第四,广泛地收集高校营销博士招聘信息。为了减少信息不对称、促进供需方见面,我们一方面广泛收集就业信息,并在官方微信号上发布;另一方面邀请有招聘需要的单位在博士生日进行集中宣讲,便于博士生和招聘单位双向选择。

博联会第二届理事会主要工作总结(2018—2020年)

博联会第二届理事会的主要工作是在传承的基础上开拓创新。博联会第二届理事会成立之初,首要工作是确保博联会原有的工作正常有序运转。其次,理事会面临的挑战是必须紧紧围绕博联会宗旨“团结全国各高等院校市场营销方向在读博士生,增进不同高校博士生之间的联系和交流,促进我国市场营销学科博士生人才培养和市场营销学术水平的提高”,进一步提升和扩大博联会的知晓度与影响力。

在此背景下,第二届理事会在第一届工作的基础上,开拓多个创新板块内容,让全体理事参与博联会工作,吸引更多博士生加入博联会的学术交流活动中。在全体理事的共同努力下,第二届理事会开拓创新并取得了以下工作进展。

第一,修订《中国高等院校市场营销学博士生联合会章程》。在李东进等博工委老师的指导下,第二届理事会对博联会章程进行了修订(即 2018 年修订版章程)。修订版章程新增秘书长和副秘书长职位设立的内容,新增理事会产生过程和条件,新增理事的权利和义务等。

第二,吸收新的博联会理事单位,增加博联会理事单位数量。在博工委老师的指导和博联会章程规范之下,第二届理事会吸收 3 所培养营销博士的高校作为新

理事单位，理事单位数量由第一届的 32 所增加到第二届的 35 所。

第三，创新颁发博联会理事聘任证书，设立激励博联会理事参会条件。为提升博联会理事会成员的荣誉感与仪式感，在博工委同意下，第二届理事会为博联会理事颁发聘任证书。为鼓励全国高校市场营销学博士生参会并提交高水平论文，2019 年，在李东进等博工委老师和学会领导的关心下，依据中国高等院校市场学研究会学术年会（CMAU）办会规则，经中国高等院校市场学研究会与 2019 年 CMAU 承办单位中南大学商学院商议讨论，为部分博联会理事成员提供参会资助，包括免交年会会务费、报销部分差旅费等，并形成了《关于博联会成员参加 CMAU 会议的参会条件问题》的文件。

第四，创新开通博联会的官方微信公众号和建立博联会永久资料存储与分享渠道，并将博联会所有重要资料上传。在微信公众号的运营管理方面，确定“任务小组”和“常规小组”的工作模式。在内容运营方面，主要提供“入学、求学、游学和出学”等营销学术或就业信息，具体栏目包括论文解析，求学经验分享，原创学术经验和成果分享，大咖随笔等。自 2018 年 9 月开始，累计进行了约 90 篇推送。第二届理事会还建立博联会永久资料存储和分享的 QQ 群（777870015），并将博联会成立以来的重要资料归类上传存档，QQ 群目前仍然被有序管理和运营。

第五，开展并完成营销博导数据库建设工作，同时规范制作博联会官方宣传材料。第二届全体理事参与对 35 所理事单位的营销博导信息等收集与整理，完成营销博导数据库的建设工作。规范并制作博联会官方宣传 PPT 等材料，为宣传博联会提供材料支撑。

第六，常规举行常务理事会议和全体理事会议，传承好第一届理事会工作，并成功完成换届工作。第二届理事会在成立之初，就对年度工作进行了规划，并定期召开常务理事会议和全体理事会议，围绕公众号运营、CMAU 参会、就业白皮书撰写等工作展开充分讨论。在中南大学召开的 CMAU 会议期间，成功举办博士生日活动，发布《年度博士生就业情况白皮书》、“导师有约”“小时工作坊”“学术讲座”等形式多样的博士生学术交流和联谊活动。在 2020 年江南大学召开的 CMAU 会议期间，举办博士生日活动，并成功完成换届工作。

博联会第三届理事会主要工作总结（2020—2022 年）

博联会第三届理事会的主要工作是在传承前两届工作的基础上，进一步深化和拓展创新。2020 年是一个特殊年份，正值新冠感染疫情暴发，第三届理事会的任期刚好与疫情完整交叠。外部环境和相关政策的变化，使第三届博联会的工作较前两届需要进行较大的调整，有许多工作的开展需要采用新思路和新途径。但这并不影响我们的工作推进，在第三届全体理事的共同努力下，我们取得了如下进展。

第一，工作重点转移到线上平台，做细做深公众号推文内容。紧紧围绕博联会

宗旨,在原有的公众号板块基础上,推送更深、更细、更丰富的高质量学术内容。主要包括以下几个方面。

(1) 充分挖掘白皮书内容形成相关推送。如“《中国高校市场营销学博士生就业情况白皮书》(招聘那些事)”。

(2) 围绕潜在硕博群体的需要,发布相关博导信息。如推送中国高校营销博士生导师名单信息:“入学|全国各高校营销方向博导名单一览及更新征集”(阅读已破3 000次)。

(3) 推送营销学领域内的会议信息,如“投稿|MSI 2022 第六届营销科学与创新国际高峰论坛暨 TFSC 专辑学术会议征稿通知”。

(4) 整理发布相关招聘信息,满足应聘者需要。如“出学|就业信息之浙江财经大学工商管理学院”“出学|河南财经政法大学招聘100人,待遇丰厚”“出学|南京理工大学经济管理学院博士后招聘启事(常年有效)”等。

(5) 基于相关营销学领域内的研究成果,形成学术研究分享内容。如“研究分享|JM 最新论文由远及近的价值创造:空间距离对品牌评估的影响”“学术分享|一起走进营销思想的‘前世’:多元学派的发展历程”等。

(6) 推送分享相关学者的随笔。如《登山观海录:沈璐随笔》《登山观海录:王丹萍随笔》《登山观海录:庄贵军随笔》《周南随笔|博观约取,厚积薄发》等。

(7) 介绍科研工具。如“工具|文本分析常用软件分享”。

第二,拓展博联会宣传阵地。在bilibili平台上注册博联会官方账号(营销学博联会),发布博联会宣传序列视频,邀请周老师及博联会新老理事多方面宣传和介绍博联会相关情况。同时,这也成为发布博联会白皮书的宣传、预热阵地之一。其中代表的短视频有:《营销学界元老周南老师:中外合璧,做中国的世界人!》《藏不住了!市场营销学博士生就业机密大公开!》《妈妈博士陈娟姐的科学家梦想,真情告白博士生活》等。截至2023年10月,观看总次数为2 932次。

第三,传承并创新白皮书工作,新增疫情与就业相关的《疫情影响篇》和《访谈专题篇》。第三届理事会统筹完成“2020中国高校市场营销学博士生就业情况白皮书”“2021中国高校市场营销学博士生就业情况白皮书”调查、访谈、撰写及发布。2020年版白皮书从供给侧、需求侧以及培养过程三个角度反映中国市场营销学博士生培养和毕业现状,同时在疫情环境下,白皮书创新增加了疫情影响篇和访谈专题篇。新版白皮书共包括毕业博士就业篇、高校招聘需求篇、高水平人才培养篇、疫情影响篇和访谈专题篇。2021年《白皮书》包括四大篇,即就业篇、招聘需求篇、培养篇和访谈专题篇。通过与2020年版和2019年版纵向比较,2021年白皮书进一步分析近来我国市场营销方向博士生的就业、招聘需求、培养的趋势。同时采用了半结构化访谈法和问卷调查法。

第四,协助学会会务。2021年、2020年分别在西安交通大学管理学院和江南大学商学院协助中国高等院校市场学研究会(学会)及承办方宣传“中国高等院校

市场学研究会学术年会暨博士生论坛”的会议安排、会议议程、会议过程宣传，负责会议中的博士生日活动策划、方案制订及论坛白皮书发布环节。

第五，协助各理事高校推荐联合会第四届理事会成员，提高博联会曝光率和影响力。

第六，完善制度设计。多次召开中国高校市场营销学博联会第三届理事会议，讨论、完善并通过《中国高等院校市场营销学博士生联合会章程》的修订（2020年版）；完善和更新公众号栏目运营制度的设计、细化审核管理模式。

第七，提升博联会整体凝聚力。设计、购置、发放博联会文化衫；设计年度贡献奖状，表彰年度突出贡献理事成员；在疫情缓解、符合政策规定之下，第三届理事会尽力举办了几次线下聚会，增进成员间的交流和情谊。

博联会第四届理事会主要工作总结（2022—2024年）

博联会第四届理事会成立后，我们召开多次全体理事会议，共同商讨博联会的工作规划和目标。紧扣博联会宗旨，第四届理事会的工作除了保证前三届理事会的工作有序常规推进外，我们将重心落到提升博联会的学术影响力上。我们重点推送博士生群体最关心的营销顶级期刊前沿和经典研究，以简短的论文解析方式和受众进行学术互动与交流。同时，我们利用白皮书工作，吸引更多理事会成员之外的理事单位的营销博士生参与白皮书工作，进一步扩大了博联会的学术影响力和号召力。具体的进展如下。

第一，在博联会的学术影响力方面，我们以常态化的管理和运营平台——微信公众号“营销学博研会”为中心，持续加强推广，持续输出高质量学术论文解析和分享推文，具体工作如下。

（1）优化运营机制，粉丝量增长 41.82%：第四届理事会坚持每周推送高质量学术推文，理事成员全体参与，运营一年粉丝数相比去年同期增长 41.82%。从 2022 年 8 月至今，保持每周至少一次的原创内容推送，累计进行了 44 篇推送，做到了 36 名理事成员全体参与，共同运营，每一期推送内容，从前期的头脑风暴，中期的信息整理，后期的图文制作、审核发布，我们旨在创造和传播对广大市场营销学博士生群体最有价值的内容，这是一次全国跨地区大范围的协同工作。在大家的共同努力下。目前，微信公众号累计粉丝数 5 798 人，与去年同期相比增长 41.82%（2022 年 7 月，关注人数为 4 088 人，同比增加 1 709 人次）。

（2）撰写高质量推文，多篇推文的单篇阅读量超千：在博联会微信公众号内容运营方面，44 篇推送中，18 篇达到 1 000 人次以上的阅读量，单篇最高阅读量达 3 114 人次。这些高关注度、高喜爱度、高质量的推送占全年推送的 40.91%，且多点开花、内容多样，涵盖“入学、求学、游学和出学”等各个方面的营销学术和就业信息。此外，每一篇推送，我们都会及时转发到博联会的微信群中，致力于将最新资讯多渠道、多角度地快速触达目标需求人群。经过这一整年的努力，进一步提高了

博联会的影响力,从而可以更好地服务理事成员以及支持和信任博联会的老师与同学。

第二,在博联会的社会影响力方面,通过白皮书吸引非理事博士生参与工作,提高博联会的影响力。2023年CMAU会议上发布的《2023中国高校市场营销学博士生就业情况白皮书》,其工作的参与人数达到了历史新高,除本届博联会36位理事外,还有其他理事单位的博士生以及往届博联会前辈理事主动加入白皮书的工作中。同时,李东进老师、张闯老师、任星耀老师和朱华伟老师在整个白皮书的制作过程和其他相关事务中给予了诸多宝贵建议与支持。历时四个多月,大家集思广益、群策群力,共同协作完成了这份130多页、6万余字的白皮书,并运用视频、微信推文和H5等多种形式进行了白皮书的预热宣传。

第三,对第四届理事会的第二年工作进行梳理、思考和规划。博联会发展到如今,仍需对各个板块的工作进行复盘和梳理,以打通信息壁垒屏障、更好地了解我们服务的主要对象——博士生群体的痛点难点、优化工作流程、提高组织效率。一是帮助我们总结优势与优点,二是促进我们反思不足与缺憾,三是帮助我们建立各理事之间的信息流通渠道。第四届理事会还有一年任期,我们对接下来一年的工作进行了思考和规划。关于未来一年博联会的工作愿景,我们将携手所有第四届理事会成员,共同践行初心,致力于将博联会打成一个内容挖掘有深度、信息发布有广度、朋辈交流有温度、服务师生有力度的桥梁、纽带与重要平台。我们也希望和前三届博联会理事一起,积极听取老理事们的经验和建议,并做好第四届与第五届博联会交接和传承工作。

(感谢李东进老师的提议和指导,感谢杨海龙、丰超、谢鹏、王馨萌四位理事长提供的原始总结材料。总结报告由吴月燕秘书长整理汇总。时间:2023年11月)