

市场营销专业培养计划

学科门类：管理学

专业类别：工商管理类

专业代码：120202

培养目标：本专业旨在培养践行社会主义核心价值观，具有社会责任感、公共意识和创新精神，适应国家经济建设需要，具有人文精神与科学素养，掌握现代市场营销管理理论及方法，具有国际视野、本土情怀、创新意识、团队精神和沟通技能，能够在企事业单位、行政部门等机构从事市场营销管理及相关管理工作的高级复合型、创新型人才。

毕业要求：

本专业学生主要学习市场营销及工商管理方面的基本理论和基本知识，接受营销方法与技巧方面的基本训练，掌握分析和解决营销问题的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

1. 树立辩证唯物主义和历史唯物主义世界观，拥护党的领导和坚持社会主义制度，具有良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观和爱国主义的崇高情感；
2. 具有国际视野，系统掌握工商管理类专业基础知识，具备发现组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用管理学理论和方法，系统分析、解决组织的管理问题；
3. 具备较高的审美情趣、文化品位、人文素养，具有时代精神和较强的人际交往能力，能积极乐观地生活和充满责任感地工作；
4. 具有健康的体魄和心理素质，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力；
5. 了解哲学、社会学、心理学、法学、科学技术、语言文学、健康艺术、职业发展等方面的通识性知识；
6. 熟练掌握数学、统计学、经济学等基础学科的理论和方法；
7. 系统掌握市场营销专业理论知识与方法，掌握本专业的理论前沿及发展动态；
8. 掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的基本方法；
9. 能够应用市场营销管理理论和方法分析并解决理论与实践问题；
10. 具有较强的组织沟通能力与探索性、批判性思维能力，不断尝试理论或实践创新。

主干学科：经济学、管理学

核心课程：管理学原理、市场营销学、战略管理、创业管理、财务管理、会计学、组织行为学、运营管理、人力资源管理、公司治理、市场调查与预测、营销策划学、产品管理

修业年限与授予学位：基本学制四年，弹性修业年限三至八年，管理学学士

毕业学分：160

学分、学时分配表：

类 别	学分	学时/周数	学分占比			
			必修课学分	比例	选修课学分	比例
通识教育	50.5	924	42.5	26.56%	8	5.00%
学科专业基础	36	576	24	15.00%	12	7.50%
专业课	33.5	544	18.5	11.56%	15	9.38%
实验实践环节	34	36 周	34	21.25%	—	—
自主研学	6	96	—	—	6	3.75%
合 计	160	2140/36 周	119	74.38%	41	25.62%

培养计划其他说明：

1. 每个学生在校期间必须获得 1 个创业课程学分和 2 个创新创业实践学分。其中，创业课程学分主要通过选修创新创业类选修课程获得，创新创业实践学分主要通过参加科研活动和企业调研等途径获得；

2. 每个学生在校期间必须获得 2 个美育学分和 1 个劳动教育学分。其中，美育课程 1 学分通过选修艺术审美类选修课获得，艺术实践 1 学分、劳动教育与实践 1 学分依据学校具体规定获得；

3. 每个学生在校期间必须获得 6 个自主研学课程学分，可选修专业推荐的自主研学课程，也可根据学校公布的自主研学课程目录自主选修；

4. 重点打造《市场调查与预测》等综合型大课程、《大数据营销》《互联网产品运营》等跨学科课程、《营销前沿讲座》等校企合作课程和专业特色前沿课程、《服务营销》《全球营销管理》等全英文（双语）课程、《营销策划学》《管理研究方法》等过程考核改革课程、《营销伦理学》等高水平大学合作授课课程和新文科（商科）课程，《创业管理》《组织行为学》等线上线下混合式教学课程等。

制定人：李文元

教学院长：朱永跃

教务处长：王 谦

分管校长：梅 强

市场营销专业课程设置及学时分配表

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	总学分	总学时	各环节学时分配				周学时	建议修读学期	选修学分要求	备注	
						授课	实验	上机	其它					
通识教育	必修	37510004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	5	80	66			14	4	3			
		37510003	马克思主义基本原理	3	48	42			6	3	4			
		37510001	思想道德修养与法律基础	3	48	42			6	3	2			
		37510002	中国近现代史纲要	3	48	42			6	3	1			
		17510001	大学英语(I)	4	64	64				4	1			
		17510002	大学英语(II)	4	64	64				4	2			
		43510003	高等数学B(I)	4	64	64				4	1			
		43510004	高等数学B(II)	4	64	64				4	2			
		43510009	线性代数	2	32	32				2	3			
		43510010	概率统计	3	48	48				3	3			
		30510001	大学体育(基础)(I)	1	32	32				2	1			
		30510002	大学体育(基础)(II)	1	32	32				2	2			
		30510005	大学生体质健康测试	0.5	16				16	2	7			
		38510001	军事理论	2	36	36				2	1			
		39510001	形势与政策	2	32	16			16	2	7			
		35510001	学业规划概论	1	16	16				2	1			
		小 计			42.5	724	660			64				
	选修		艺术审美类	1	24	24							1	必选1学分
			人文科学类	1	24	24							2	选修2学分
			自然工程类	1	24	24								
			大国三农类	1	24	24								
			综合教育类	1	24	24								
		06510005	程序设计(Python)	3	64	32		32		4	1	3	选修3学分	
		06510001	OFFICE高级应用	3	64	32		32		4	1			
		30510003	大学体育(选项)(I)	1	32	32				2	3	2	选修2学分	
		30510004	大学体育(选项)(II)	1	32	32				2	4			
		小 计			8	200	168		32					
		合 计			50.5	924	828		32	64				
学科专业基础	必修	08520002	管理学原理A	3	48	48				3	1			
		08520042	市场营销学A	3	48	48				3	2			
		20520051	经济学原理A	4	64	64				4	2			
		20520039	会计学B	2	32	32				2	3			
		20520018	财务管理C	2	32	32				2	4			
		08530004	人力资源管理B	2	32	32				2	4			
		08520063	运营管理B	2	32	32				2	7			

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	总学分	总学时	各环节学时分配				周学时	建议修读学期	选修学分要求	备注
						授课	实验	上机	其它				
学科专业基础	必修	08520011	创业管理B	2	32	24		8		2	6		
		08520025	公司治理B	2	32	32				2	5		
		08520069	组织行为学B	2	32	32				2	3		
		小 计		24	384	376		8					
	选修	20520067	应用统计学	2.5	48	32		16		3	4	12	选修12学分
		08520061	运筹学D	2	32	32				2	4		
		08520016	电子商务B	2.5	48	32		16		3	6		
		21520004	经济法概论	2	32	32				2	2		
		08520033	技术经济学	2	32	32				2	5		
		08520010	产业组织学	2	32	32				2	4		
		08520057	营销伦理学	2	32	32				2	4		
		20520043	货币金融学C	2	32	32				2	6		
		20520035	国际贸易理论与实务B	2	32	32				2	6		
		08530003	管理信息系统	2	32	32				2	6		
		小 计		12	192	192							
	合 计			36	576	568		8					
专业课程	必修	08520064	战略管理B	2	32	32				2	3		
		08530110	消费者行为学A	3	48	48				3	5		
		08530091	市场调查与预测	5	80	80				5	5		
		08530017	产品管理	3	48	48				3	5		
		08530126	营销策划学A	3	48	48				3	7		
		08530023	大数据营销A	2.5	48	32		16		3	7		
		小 计		18.5	304	288		16					
	选修	08530036	服务营销(双语)	2	32	32				2	4	15	选修15学分
		08530049	管理研究方法	2	32	32				2	4		
		08530016	采购与供应链管理	2	32	32				2	7		
		08530076	全球营销管理(英语)	3	48	48				3	6		
		08530129	营销渠道管理	3	48	48				3	6		
		08530112	销售管理学	3	48	48				3	6		
		08530134	整合营销传播	3	48	48				3	5		
		08530084	商务谈判和营销沟通	3	48	48				3	6		
		08530065	客户关系管理B	2	32	32				2	6		
		08530128	营销前沿讲座	2	32	32				2	7		
		08530056	计量经济学	2	32	32				2	7		
		08530082	商品学	2	32	32				2	7		
		08530054	互联网产品运营	2	32	32				2	6		
		小 计		15	240	240							
	合 计			33.5	544	528		16					

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	总学分	总学时	各环节学时分配				周学时	建议修读学期	选修学分要求	备注
						授课	实验	上机	其它				
实验实践环节	必修	38561001	军事技能训练	2	2周						1		
		00500001	创新创业实践(I)	1	1周						5		
		00500002	创新创业实践(II)	1	1周						7		
		00500003	艺术实践	1	1周						3		
		00500004	劳动教育与实践	1	1周						5		
		08561059	专业实习	1	1周						2		
		08561027	课题申报与论文写作	1	1周						3		
		08561034	企业调查专题实习	3	3周						4		
		08561053	营销竞争模拟	1	1周						3		
		08561022	互联网产品运营专题实习	3	3周						6		
		08561052	营销策划专题实习	3	3周						7		
		08561041	市场调查与预测课程设计	2	2周						5		
		08561012	毕业设计(论文)	14	16周						8		
		小 计			34	36周							
	合 计			34	36周								
自主研学	选修		“四新”课程	2	32	32						6	选修6学分
			本硕贯通培养课程	2	32	32							
			英语进阶课程	2	32	32							
			专业进阶课程	2	32	32							
		小 计			6	96	96						
	合 计			6	96	96							
总 计				160	2140/36周	2020		56	64				