

市场营销专业培养方案

Marketing

制定人：江青虎

审校人：汤易兵

一、培养目标

本专业培养适应社会主义现代化建设需要、德智体美全面发展，具有较强的创新精神与实践能力，具备管理、经济、市场营销尤其是营销策划等方面的专业知识和能力，能在各类工商企业及相关组织从事市场调研、营销策划、销售管理以及教学、科研等方面工作，为国民经济建设服务的应用型管理人才。

毕业 5 年左右预期达到以下目标：

- 1、具有良好的沟通、交流技能，能在团队中发挥主导作用；
- 2、具有丰富的特定行业工作经验和扎实的行业专业素质，能够通过自身工作、继续教育或其他学习渠道增加专业知识、提升工作能力；
- 3、能胜任管理领域不同性质的工作岗位，成为用人单位的骨干力量。
 - (1) 从事企业营销策划工作，成为企业营销部门策划组织、营销活动实施的骨干力量；
 - (2) 从事产品销售工作，成为企业销售部门分管某一区域或某一产品的销售经理或区域经理；
 - (3) 从事市场推广工作，成为企业区域市场推广、市场开发、渠道开发等相关工作的负责人或骨干力量；
 - (4) 从事企业市场数据分析工作，在大数据背景下，成为企业市场数据挖掘及分析的相关负责人。

二、毕业要求

- 1、社会责任感和奉献精神：具有人文底蕴、科学精神、职业素养和社会责任感，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。
- 2、身心健康：达到国家规定的大学生体质健康标准，具有健康的体魄和良好的心理素质。
- 3、掌握从事市场分析相关工作所需要的知识，具备市场数据的挖掘、分析统计与运用的能力。
- 4、构建多层次、立体化、开放性的实践育人体系，把实践教学与社会实践、创业实践等有机结合，增强学生劳动意识，提升学生的创新创业意识与能力。
- 5、掌握从事企业管理、企业营销相关工作所需要的基本数学知识。
- 6、掌握从事企业管理相关工作所需要的基本经济与管理知识，了解市场营销专业的专业理论与基础知识。
- 7、掌握从事营销策划工作的专业知识，具备策划方案设计、策划报告撰写、策划方案组织及实施，向公众进行信息沟通的能力。

8、具备对营销专业领域复杂问题进行综合分析和研究，并提出相应对策或解决方案的能力。

9、掌握从事市场推广方面的专业知识，具备新市场开发、市场推广、渠道开发与渠道管理等方面的能力。

10、掌握从事销售管理工作的专业知识，具备从事针对消费者、组织市场、网络市场开展销售工作的能力。

三、核心课程

管理学原理、微观经济学、市场营销学、企业战略管理、消费者行为学、市场调查与分析、品牌管理、广告理论与策划、销售管理、产品管理。

四、毕业要求的达成途径

毕业要求	配套主要课程或教育培养措施	备注
毕业要求 1	思想道德修养与法治、中国近现代史纲要、马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想政治理论课实践等课程，落实思政课课程教育	
毕业要求 2	心理健康教育、军训、体育类课程	
毕业要求 3	大学计算机应用基础、信息化办公高级应用技术、应用统计、数据挖掘等	
毕业要求 4	创业管理、营销策划实习、企业电子沙盘、专业实习	
毕业要求 5	高等数学、线性代数、概率论与数理统计、运筹学等	
毕业要求 6	管理学原理、管理思想史、微观经济学、宏观经济学、会计学原理、财务管理、战略管理、消费者行为、市场调查与分析、行业营销	
毕业要求 7	市场营销、营销策划、广告理与策划、品牌管理、应用写作	
毕业要求 8	营销工程、科技论文写作、营销专题前沿	
毕业要求 9	产品管理、分销渠道管理、零售管理、公共关系	
毕业要求 10	销售管理、网络营销、服务营销、跨境电商运营	

五、专业特色

本专业面向数字经济浪潮，对接我国经济社会发展“数字经济、智能制造、自主品牌”等高质量发展要求，以“计量、质量、标准”的校特色为依托，以“品牌、数字化营销”为专业特色，以培养学生管理、经济、营销等方面的专业知识和能力为基础，突出发展学生的实践能力和创新能力，增强学生的数据分析和营销策划能力，通过“科研+教学”、“项目化教学”等实践教学不断深入，通过品牌管理、网络营销、数据挖掘等特色课程的开设，培养具有良好的商业数据分析与决策、品牌管理、市场传播、市场拓展等能力的复合型人才。

六、学制、最低毕业学分、授予学位

学 制：基本学制 4 年，学生可 3-6 年内完成学业，具体按学校有关规定执行。

最低毕业学分：161.5 学分。

授予学位：管理学学士。

七、课程结构分配表

类别		学时（周）数	占课堂教学总学时的比例	学分数	占总学分比例
通识教育课	必修	659	27.8%	31.5	19.5%
	选修	104	4.4%	26.5	16.4%
学科基础课	必修	296	15.2%	18.5	11.5%
	选修	520	22.0%	32.5	20.1%
专业教育课	必修	88	3.7%	8.5	5.3%
	选修	272	11.5%	17	10.5%
集中实践环节		31 周	/	24	14.9%
第二课堂		/	/	3	1.9%
总计		2367	100%	161.5	100%

注：“两长一短”三学期制：两个长学期各 19 周，安排校内理论和实践教学；短学期（暑假内）2-4 周，分别安排校外暑期社会实践和校外部分专业实习。

2021级市场营销专业教学进程计划表

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配			开课学期	是否教务处排考	要求学分	专业方向
						理论学时	实验/实践学时	上机学时				
通识教育课	必修课	15G0003	中国近现代史纲要	3	48	42	6		1	是		
		15G0020	思想道德与法治	2	32	28	4		2	是		
		15G0002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	56	8		3	是		
		15G0001	马克思主义基本原理	3	48	42	6		4	是		
		15G00--	形势与政策	2	64	64			1-8	否		
		16G0011	军事理论	1	36				1	否		
		30G0004	心理健康教育	2	32	22	10		1	否		
		30G00--	大学生职业发展与就业指导	1	39	39			2367	否		
		16G00--	体育	4	144	0	144		1-6	否		
		03G0000	大学计算机应用基础	0.5	8	0	8	8	1	是		
		08G0010	线性代数C	2	32	32			1	是		
		08G0004	高等数学C1	3.5	56	56			1	是		
		08G0005	高等数学C2	3.5	56	56			2	是		
		小计		31.5	659	437	186	8			31.5	
	选修课	11G0003	大学英语1	4	64	64			1	是	8	
		11G0004	大学英语2	4	64	64			1,2	是		
		11G0005	大学英语3	4	64	64			1,2	是		
		11G0006	大学英语4	4	64	64			1,2	是		
		11G0007	大学英语5	4	64	64			2	是		
		15G0023	改革开放史	1	16	14	2		1	否	限选	
		11G0000	应用写作	2	32	32			2	是	限选	
		03G0004	信息化办公高级应用技术	3	48	20	28	28	2	是	限选	
		08G0012	概率论与数理统计B	2.5	40	40			3	是	限选	
		/	语言与跨文化沟通	2	32	32			3/4	否		
		/	学校特色类	2	32	32			2-8	否		
		/	创新精神与创业教育	2	32	32			2-8	否		
		/	艺术鉴赏与审美体验	2	32	32			2-8	否		
		/	中华文化与世界文明	1	16	16			2-8	否		
		/	社会科学与现代社会	1	16	16			2-8	否		
		小计		38.5	616	586	30	28			26.5	
学科基础课	必修课	07M0071	★管理学原理	3	48	40	8	2	1	是		
		07M0094	管理类专业导论	0.5	8	8			1	否		
		07M0003	会计学原理	3	48	48			2	是		
		07M0002	★微观经济学	3	48	48			2	是		
		07M0265	★市场营销学	3	48	48			3	是		
		07M0090	★消费者行为学	3	48	48			3	是		
		07M0080	★市场调查与分析	3	48	36	12	12	4	是		
		小计		18.5	296	276	20	14			18.5	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配			开课学期	是否 教务 处排 考	要求 学分	专业 方向
						理论 学时	实验/实 践学时	上机 学时				
学科基础课	选修课	07M0098	财务管理	2	32	32			3	是	限选	
		07M0014	宏观经济学	2	32	32			3	是	限选	
		07M0205	应用统计学	2.5	40	40			4	是	限选	
		07M0270	运筹学	2	32	32			4	是	限选	
		07M0138	★企业战略管理	2	32	32			4	是	限选	
		07M0089	★产品管理	2	32	32			5	是	限选	
		07M0206	分销渠道管理	2	32	32			5	是	限选	
		07M0207	数据科学导论	2	32	32			5	否	限选	
		07M0091	营销工程	2	32	32			6	是	限选	
		07M0073	▲人力资源管理	2	32	32			4	否	14	
		07M0161	质量管理与认证	2	32	32			4	否		
		07M0268	行为经济学	2	32	32			4	否		
		07M0271	客户运营管理	2	32	32			5	否		
		07M0069	证券投资学	2	32	24	8	8	5	否		
		07M0115	供应链管理	2	32	32			6	否		
		07M0127	货币银行学	2	32	32			6	否		
		07M0086	商务礼仪与谈判	2	32	32			6	否		
		07M0156	项目管理	2	32	32			6	否		
		07M0005	▲国际贸易	2	32	32			6	否		
		07M0108	创业管理	2	32	32			6	否		
		07M0125	国际市场营销	2	32	32			6	否		
		小计		42.5	680	672	8	8			32.5	
专业教育课	必修课	07M0096	★品牌管理	2.5	40	40			5	是		
		07M0215	★销售管理	3	48	32	16		5	是		
		07M0218	★广告理论与策划	3	48	48			5	是		
		小计		8.5	88	72	16				8.5	
	选修课	07M0111	▲服务市场营销	2	32	32			4	是	限选	
		07M0100	网络营销	2	32	32			6	是	限选	
		07M0212	品牌传播	2	32	32			6	否	限选	
		07M0075	科技论文写作	1	16	16			7	否	限选	
		07M0135	零售管理	2	32	32			3	否	10	
		07M0274	管理思想史	2	32	32			4	否		
		07M0149	推销理论与技巧	2	32	32			4	否		
		07M0114	公共关系学	2	32	32			4	否		
		07M0267	行业营销	2	32	32			5	否		
		07M0239	组织市场营销	2	32	32			5	否		
		07M0269	营销沟通	2	32	32			6	否		
		07M0272	跨境电商运营	2	32	24	8		6	否		
		07M0240	营销数据挖掘	2	32	32			6	否		
		07M0266	营销专题前沿	2	32	32			6	否		
		小计		27	432	424	8				17	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配			开课学期	是否 教务处 处排考	要求 学分	专业 方向
						理论 学时	实验/实 践学时	上机 学时				
集中 实践 环节	必修 课	30G0010	思想政治理论课实践1	1	16				4	否		
		30G00--	思想政治理论课实践2	1	2周				1-8	否		
		16G0010	军训	1	2周				1	否		
		07P0026	专业认识实习	1	1周				3	否		
		07P0033	企业电子沙盘	2	2周				3	否		
		07P0016	市场调查实习	2	2周				5	否		
		07P0015	营销策划实习	2	2周				7	否		
		07P0017	专业实习	6	6周				7-8	否		
		07P0003	毕业设计	8	14周				8	否		
		小计		24	31周						24	
第二 课堂	必修 课	30S0000	社会实践	1.5					1-7	否		
		30S0001	创新创业实践	1.5					1-7	否		
		小计		3							3	

注1：课程中文名称前加“▲”表示为双语课程

注2：课程中文名称前加“★”表示核心课程

毕业要求与课程体系矩阵图

课程名称	毕业 要求 1	毕业 要求 2	毕业 要求 3	毕业 要求 4	毕业 要求 5	毕业 要求 6	毕业 要求 7	毕业 要求 8	毕业 要求 9	毕业 要求 10
思想道德与法治	H		L							
中国近现代史纲要	H		L						M	
马克思主义基本原理	H		L						L	
毛泽东思想和中国特色 社会主义理论体系概论	H		L							
形势与政策	H		L						L	
大学生职业发展与就业指导	H							H		
心理健康教育	H	H								
体育	H	H								
高等数学 C1			H			M				
高等数学 C2			H			M				
大学计算机应用基础		H								M
大学英语			L							H
线性代数 C			H							
信息化办公高级应用技术					M	L				
应用写作									H	
概率论与数理统计 B			H			M				
应用统计学			H					M	M	
数据科学导论			H					M	M	
营销数据挖掘								M	M	
企业电子沙盘				H		M	M			
营销策划实习				H		M	M			
专业实习				H		M	M			
高等数学			M		H			M		
线性代数			M		H			M		
概率论与数理统计			M		H			M		
运筹学			M					M		
管理学原理						H	M			M
微观经济学						H	M		M	
宏观经济学					H	H	M		M	
会计学原理						H			M	M
财务管理						H			M	M
战略管理					H				M	M
消费者行为						H	M		M	M
行业营销						H	M			M
市场调查与分析						H	M		M	
市场营销							H		M	M
营销策划							H		M	M
广告理与策划					M		H			M
品牌管理					M		H		M	

课程名称	毕业 要求 1	毕业 要求 2	毕业 要求 3	毕业 要求 4	毕业 要求 5	毕业 要求 6	毕业 要求 7	毕业 要求 8	毕业 要求 9	毕业 要求 10
营销工程							M	H	M	
营销专题前沿							M	H		M
科技论文写作							M	H	M	
产品管理						M	H			M
分销渠道管理							M		H	M
零售管理						M			H	M
公共关系						M	M		H	
销售管理							M		M	H
网络营销						M			M	H
服务营销						M			M	H
跨境电商运营						M	M			H
军训		H								
思想政治理论课实践 1	H		L							
思想政治理论课实践 2	H		L							
专业认识实习			H					L		
企业电子沙盘			H						L	L
市场调查实习			H						L	L
营销策划实习			H			H	H			
专业实习			L	L	H					
毕业设计				M	L			H		
社会实践	H							L		
创新创业实践	H							H		

说明：请根据课程对毕业要求支撑关系的强弱，在相应空格处填写 H、M 或 L，其中 H 为强支撑，M 为中支撑，L 为弱支撑。