

市场营销专业本科生培养方案（2019 版）

1.培养目标

本专业培养践行社会主义核心价值观，具备社会责任感、人文精神与科学素养，适应全球化和信息化时代国家经济建设需要，掌握现代经济管理理论及管理方法、市场营销专业理论知识及方法、市场营销理论的前沿及发展动态、工程技术及计算机基础知识，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、政府部门以及其他组织从事经济管理与市场营销相关工作的高素质专业人才。

2.主要课程（群）

专业基础课程：管理学原理、微观经济学、宏观经济学、市场营销学、管理信息系统、会计学基础、管理运筹学、应用统计学、计量经济学、人力资源管理、国际贸易、市场研究方法、消费者行为学、品牌管理、整合营销传播、服务营销、企业经营与决策模拟、创新与创业管理、企业伦理与社会责任等。

专业选修课程：数字营销、渠道管理、销售管理、客户关系管理、全球营销、商业模式创新、文化产业经济学、电子商务、物流管理、运作管理、管理与研究设计、证券与期货、数字经济：技术创新与商业转型、组织行为学、公司治理、战略管理、金融经济学、跨文化管理、网页设计基础、计算机网络技术与应用、中级计量经济学等。

3.毕业生基本要求

市场营销专业的毕业生应具有人文社会科学素养、良好的身体心理素质以及社会责任感；掌握管理学、经济学以及营销管理科学的基本原理、知识和技能；了解自然科学领域的知识与技能，掌握工程技术与计算机基础知识；具备市场营销领域的专业知识及相关技能；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；对营销的行业规范有清晰的认知，理解并遵守市场营销的职业道德和规范；具备基于管理科学原理对管理实践问题进行研究并解决问题的能力；具有良好的表达能力和管理沟通能力；具有批判性思维能力，客观辩证地看待营销管理等相关问题；具有一定的团队合作能力以及在团队中发挥作用的能力；具有自主学习和终身学习的意识，具备不断学习和适应发展的能力；具有国际视野和一定的国际交流与合作能力。

学生最低毕业学分应达到 158 学分。

4.市场营销专业指导性教学计划进程表（包括课程教学计划，实践周计划，专业选修课及高端课计划）

表 3-1 市场营销专业指导性教学计划进程

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	讲课学时	实验学时	上机学时	各学期学分分配								培养环节类别标志	模块与层次标志	可否用高层课程替代课程	备注
									1	2	3	4	5	6	7	8				
公共基础 必修课		100245101 100245102	大学英语（I、II） College English	4	64	64			2	2							a	Bj	可	
		拓展英语（I、II） English for General Academic Purpose		4	64	64					2	2					a	Bj	可	
		100172101 100172102	微积分 A（I、II） Calculus A	12	192	192			6	6							a	Bj	可	
		100172002	线性代数 B Linear Algebra B	3	48	48					3						a	Bj	可	
		100171301	概率与数理统计 Probability and Statistics	3	48	48					3						a	Bj	否	
		100070003	计算机应用基础 Computer Fundamentals	2	32	20		12	2								a	Bj	否	
		100070008	数据库技术及应用 (Access) Database Technology and Application (Access)	3	48	32		16	3								a	Bj	可	
		100070010	Python 语言程序设计 Python Programming Language	3	48	32		16	3								a	Bj	否	
		100270001	思想道德修养与法律基础 Morals, Ethics and Law	3	48	32	16		3								a	Bj	否	
		100270002	中国近现代史纲要 Modern Chinese History	2	32	32			2								a	Bj	否	
		100930001	大学生心理素质发展 Psychology Education	0	10	10			0								a	Bj	否	
		100270003	马克思主义基本原理 Basic Theory of Marxism	3	48	48					3						a	Bj	否	
		100270022	毛泽东思想与中国特色社会主义社会主义理论体系概论 General introduction to Mao Zedong Thought and Socialist Theory with Chinese Characteristics	3	48	48	0				3						a	Bj	否	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	讲课学时	实验学时	上机学时	各学期学分分配								培养环节标志	模块与层次标志	可否用高层次课程替代	备注			
									1	2	3	4	5	6	7	8							
		100320001 100320002 100320003 100320004	体育(I-IV) Physical Education	2	128	128				0.5	0.5	0.5	0.5					a	Bj	否			
		100270015 - 100270021	形势与政策(I-VIII) Policy and Political Situation (I-VIII)	2	16	16				0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	a	Bj	否			
		100031152	机械工程基础 I Fundamentals of Mechanical Engineering I	3						3									a	Bj	否		
		100051232 100160501 99900807 99900384	电路分析基础 Fundamentals of Electric Circuits 生命科学基础 Fundamentals of Life Science 机器人概论 Introduction to Robots 人机交互技术与应用 Technology and Application of Human- computer Interaction 4选1 Choose one in four	2									2										
限定选修课		文化素质类通识教育课专项(哲学与历史、文学与艺术、健康与社会、科学与技术、创新与创业类中,任意3类,每类2学分) General Education		6	128	128				2	2	2						a	Bj		从全校通识课程中的五个模块选择,要求跨模块选修,若同一模块多选,只记一门课的学分		
		实践训练通识课专项(艺术实践、科技实践、文化实践类,任意选择,总计2学分) Lab Electives		2	128		128												a	Bs		从全校实践训练通识课程三个模块中选择;也可以用创新创业实践积分充抵要求的学分	
课修必台平		100210005	管理学原理 Principles of Management	2	32	32			2									b	Bz	否			
		100210006	微观经济学 Microeconomics	3	48	48				3									b	Bz	否		
		100210007	市场营销学 Marketing	2	32	32					2								b	Bz	否		
		100210025	宏观经济学 Macroeconomics	2	32	32					2									b	Bz	否	
		100210026	会计学基础 Fundamentals of Accounting	2	32	32					2									b	Bz	否	
		100210027	财务管理概论 Financial Management	2	32	32						2								b	Bz	否	
		100210028	应用统计学 Applied Statistics	3	48	48						3								b	Bz	否	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	讲课学时	实验学时	上机学时	各学期学分分配								培养环节类别标志	模块与层次标志	是否可用高层课程替代课程	备注	
									1	2	3	4	5	6	7	8					
		100210029	管理运筹学 Management Operational Research	3	48	48						3					b	Bz	否		
		100210040	计量经济学 Econometrics	2	32	32						2						b	Bz	否	
		100210218	创新与创业管理 Management of Innovation and Entrepreneurship	2	32	32									2			b	Bz	否	
		100210056	管理信息系统 Management Information System	2	32	32							2					b	Bz	否	
		100210241	商业伦理与社会责任 Business Ethics and Social Responsibility	2	32	32						2						b	Bz	否	
		100210301	职业生涯规划 Career and Planning	1	16	16										1		b	Bz		
课业专	专业教育必修课	100210032	毕业实习 Internship	6	192		192								6		d	Bs	可用运筹学II、高等概率论与数理统计替换部分学分		
		100210033	毕业设计(论文) Graduation Project (Thesis)	10	256		256								10		d	Bs			
		100210048	市场研究方法(原名市场调研) Market Research Methods	2									2					c	Bs		专业必修课6分
		100210107	消费者行为学 Consumer Behavior	2									2					c	Bz		专业必修课6分
		100210043	品牌管理 Brand Management	2									2					c	Bz		专业必修课6分
		100210069	服务营销 Service Marketing	2											2			c	Bz		专业必修课6分
		100210086	整合营销传播(原名现代广告学) Integrated Marketing Communication	2											2			c	Bz		专业必修课6分
		100210088	企业经营决策模拟 Business Operations Simulation	2											2			c	Bs		专业必修课6分
		100210034	国际贸易 International Trade	2	32	32							2					b	Bz	否	与人力资源管理2选1, 国贸专业必修, 其他选修
		100210042	人力资源管理 Human Resource Management	2	32	32							2					b	Bz	否	与国际贸易2选1, 工商专业必修, 其他选修

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	讲课学时	实验学时	上机学时	各学期学分分配								培养环节类别标志	模块与层次标志	可否用高层次课程替代及替代课程	备注		
									1	2	3	4	5	6	7	8						
			专业选修课	12									6	6				c	Bz		第5、6学期，每学期本专业选修课3门，计6分	
			跨专业选修课	12									6	6				c	Bz		第5、6学期，每学期学院内跨专业选修课3门，计6分	
			工科课程（信息论基础、质量管理、网页设计基础、计算机网络技术与应用等）	4									2	2				c	Bz		第5、6学期，每学期跨学院工科课程选课1门，计2分	
总计				149	2106.0	1454.0	608.0	44.0	18.75	24.75	21.75	19.75	22.25	24.25	7.25	10.25						

表 3-2 市场营销专业实践周教学计划进程

课程代码	课程名称	内容	学分	学期	周数	层次标志	可否用高层次替代及替代课程	周次	场所	开课专业
100980001	军事理论 Military Theory	军事理论教学	1	1	4	Bs	否	1-4	校内外	学校
100980002	军事训练 Military Training	军事实践训练	1.5	1		Bs	否		校内外	学校
100031314	制造技术基础训练(D) Manufacturing Technique Basic Training	金工实习	1	3	1	Bs	否	暑假	校内外	学院
100960001	文献检索 Document Retrieval		1	3	1	Bs	否	暑假	校内外	学院
100210031	职业生涯与人生规划 Career and Life Planning	就业辅导培训、职业生涯规划	1	5	1	Bs	否	1	校内外	本院
100210301	专业研究与实践(I) Study project(I)		2	5	2	Bs	否	2、3	校内外	本院
100210283	专业调查与论文写作 Major Survey and Thesis Writing		1	7	1	Bs	否	1	校内外	本院
100210281	专业研究与实践(II) Study project(II)	专业综合实践或商业策划（二选一）	3	7	2	Bs	否	2、3	校内外	本院
100210302	商业策划 Business Plan		3	7	2	Bs	否	2、3	校内外	本院
合计			10.5							

表 3-3 市场营销专业选修课程和高端课程计划进程

课程代码	课程名称	学分	学时	理论学时	实验学时	学期	学分要求	开课专业	培养环节类别标志	模块与层次标志
100210116	渠道管理 Channel Management					5	限选 3 门课程, 计 6 学分	市场营销	c	Bz
100210257	数字营销 (新课) Digital Marketing					5		市场营销	c	Bz
100210118	销售管理 Sales Management					5		市场营销	c	Bz
100210258	文化产业经济学 (新课) Cultural Industry Economics					5		市场营销	c	Az
100210044	运作管理 Operation Management					5		工商管理	c	Bz
100210119	客户关系管理 Customer Relationship Management					6	限选 3 门课程, 计 6 学分	市场营销	c	Bz
100210126	商业模式创新 Innovation of Business Model					6		市场营销	c	Az
100210077	全球营销 Global Marketing					6		市场营销	c	Bz
100210259	证券与期货 (原名证券投资学) Securities and Futures					6		市场营销	c	Bz
100210113	组织行为学 Organizational Behavior					6		工商管理	c	Bz
100210058	电子商务与互联网营销 E-commerce and Internet Marketing	2	32	32		5	任选 3 门跨专业课程, 计 6 学分	工商管理	c	Bz
100210041	战略管理 Strategic Management	2	32	32		5		工商管理	c	Bz
103210104	管理与研究设计 Study Design in Management Science	2	32	32		5		工商管理	c	Bz
100210250	管理数据分析与决策 Management Data Analysis and Decision	2	32	32		5		工商管理	c	Bz
100210073	跨文化管理 Intercultural Management	2	32	32		5		国际贸易	c	Bz
100210105	金融经济学 Financial economics	2	32	32		5		国际贸易	c	Az
103210093	会计研究方法 Research Methodology for Accounting	2	32	32		5		会计	c	Az
100210068	保险学 Insurance	2	32	32		5		工商管理	c	Bz
100210128	员工福利与保障 Employee Benefit and Welfare	2	32	32		5		工商管理	c	Bz

课程代码	课程名称	学分	学时	理论学时	实验学时	学期	学分要求	开课专业	培养环节类别标志	模块与层次标志
100210252	数字经济：技术创新与商业转型 Digital Economy:Technology Innovation and Business Transformation	2	32	32		6	任选3门跨专业课程，计6学分	工商管理	c	Bz
100210127	物流管理 Logistics Management	2	32	32		6		工商管理	c	Bz
100210109	公司治理 Corporate Governance	2	32	32		6		工商管理	c	Bz
100210110	统计软件应用 Statistics Software Application	2	32	32		6		工商管理	c	Bz
100210036	国际金融 International Finance	2	32	32		6		国际贸易	c	Bz
100210035	货币银行学 Momeytary and Banking	2	32	32		6		国际贸易	c	Bz
102210094	财务报表分析 Financial Statement Analysis	2	32	32		6		会计	c	Az
100210040	绩效与薪酬管理 Performance and Compensation Management	2	32	32		6		工商管理	c	Bz
200210090	中级计量经济学 Advanced Econometrics	2	32	32		7		高端课程	国际贸易	c
200210091	中级微观经济学 Intermediate micro-economics	2	32	32		7	国际贸易		c	Az
200210092	中级宏观经济学 Intermediate Macro-economics	2	32	32		7	国际贸易		c	Az
102210094	财务分析 Financial Analysis	2	32	32		7	会计		c	Az
202210096	会计理论 Accounting Theory	2	32	32		7	会计		c	Az

