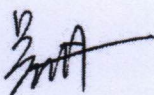
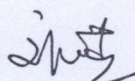


制定人: 

教学院长: 

市场营销 (Marketing)

专业代码: 120202

学制: 4年

年级: 2017级

授予学位

授予管理学学士学位

专业方向设置

无

专业教育目标

- 目标一: 学生掌握所学专业相关的学科知识和能力;
- 目标二: 学生掌握商业环境知识;
- 目标三: 学生掌握相关专业技能;
- 目标四: 学生掌握相应决策支持工具并能运用到管理决策中;
- 目标五: 学生熟悉国内外与市场营销相关的法律法规、准则和国际惯例, 符合市场营销职业道德与职业素养标准。

学生核心能力

- 能力1: 学生能解释商科功能领域如会计、市场营销、金融和管理的主要概念、理论和实践;
- 能力2: 学生能评估商业法律环境、社会环境和经济环境;
- 能力3: 学生能描述全球商业环境;
- 能力4: 学生能描述并解释商业道德义务与责任;
- 能力5: 学生能够运用决策支持工具作出商业决策;
- 能力6: 学生能综合运用商科概念和知识;
- 能力7: 学生能够在各种环境中进行团队协作; (前7项为商科类核心能力)
- 能力8: 学生能描述出基础的营销概念、理论、和营销政策、市场和消费者行为学、产品分销、促销和定价等领域的原理;
- 能力9: 学生能够应用市场营销的理论与技能, 识别企业营销关键问题;
- 能力10: 学生能够掌握且应用聚焦相关行业及特殊专业领域的营销知识, 独立完成企业营销策划方案。(后3项为专业具体核心能力)

修业指导

- (一) 毕业标准: 学生在校期间, 在德、智、体三方面完成培养要求, 取得教学计划中规定的最低总学分。
- (二) 学位要求: 符合学校关于授予本科生学士学位条例要求可获得学士学位。
- (三) 知识及技能要求: 学生在校期间, 应掌握系统的营销管理知识和相应的操作技能。
- (四) 语言能力: 掌握基本的英文听、说、读、写能力。

主干课程

学科基础课：管理学原理、微观经济学、组织行为学、会计学、经济法、运作管理等。

专业领域课：营销学原理、市场调研、创意思维与方法、消费者行为学、客户关系管理、分销渠道管理、服务营销、推销学、商务谈判、广告学、品牌管理、营销传播、网络营销、营销综合案例分析等理论课程以及配套的实训课程。

一、专业教学计划总体安排表

学 年	学 期	教 学 进 度 安 排 (周)																			理论 教学	考 试	入 学 教 育	军 训	见 习 实 习	金 工 实 习	电 子 工 艺 实 习	电 脑 上 机	生 产 实 习	专 业 实 习	毕 业 实 习	毕 业 论 文	毕 业 分 配	机 动	假 期	大 作 业	小 计
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19																	
一	1	C	D	D	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	O	B	14	1	1	2										1			19	
	2	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	O	B	17	1												1			19	
二	3	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	A	A	A	A	A	A	O	B	16	1						1						1			19	
	4	A	A	A	A	A	G	A	A	A	F	A	A	A	A	A	A	O	B	16	1				1	0.5							1			18.5	
三	5	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	O	B	17	1												1			19	
	6	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	O	B	17	1												1			19	
四	7	A	A	A	A	A	A	A	A	B	K	K	K	K	K	K	K	K	K	8	1							10								19	
	8	K	K	K	L	L	L	L	L	L	L	L	L	M	M	N	N	N	N											3	10	6				19	
合 计 (周)																				105	7	1	2		1	0.5		11		3	10	6	6				152

二、各类课程学分登记表

课程类别	课程性质	学分	学时	学分比例 (%)
公共基础课	必修	42	628+ (120)	25.53%
	通选	4	64	2.43%
学科基础课	必修	9	144	5.47%
	选修	5	80	3.04%
专业领域课	必修	26	416	15.81%
	选修	38	608	23.10%
理论课合计	必修	77	1188+ (120)	46.81%
	通选	4	64	2.43%
	选修	43	688	26.14%
个人拓展计划	选修	13	208	7.90%
集中实践教学环节	必修	27.5	27.5周	16.72%
毕业生最低学分要求		164.5		

三、专业课程教学计划表

[illegible]

三、专业课程教学计划表

课程类别	课程代码	课程名称	课程性质	学时	学分	其中				各学期周学时分配								
						课外	实验	上机	实践	一	二	三	四	五	六	七	八	
	574160	企业伦理		32	2										2			
	需选修			80	5									3	3			
合计				224	14	240		240		3			3	3	6			
专业领域课	573006	专业认知	必修课	16	1					1								
	573007	★营销学原理		48	3					3								
	573059	★市场调研 I		48	3						3							
	573078	★市场调研 II		48	3			8				3						
	573041	★消费者行为学		48	3						3							
	573079	★分销渠道管理		32	2							2						
	573080	★服务营销		32	2							2						
	573054	★推销学		32	2									2				
	573081	★客户关系管理		32	2									2				
	573082	★商务谈判		32	2										2			
	573083	★营销综合案例分析		48	3											3		
	合计			416	26			8		4	6	7	4	2	3			
	574202	※创意思维与方法	选修课	32	2							2						
	574203	广告学		48	3							3						
	574287	※零售管理		48	3								3					
	574612	※大数据营销		32	2								2					
	574333	※营销传播原理		16	1								1					
	574499	旅游市场营销		32	2										2			
	574334	市场营销专业英语		48	3									3				
	574335	会展管理		32	2										2			
	574125	营销分析工具		32	2										2			
	574336	公关营销		16	1										1			
	574337	品牌管理		32	2										2			
	574338	国际营销学		32	2										2			
	574339	组织营销		32	2										2			
	574340	汽车销售实务		32	2										2			
574341	房地产营销	32	2											2				
574342	※文化创意产业	32	2											2				
574204	管理信息系统	48	3				16				3							
574206	财务管理	48	3										3					

三、专业课程教学计划表

[illegible]

三、专业课程教学计划表

课程类别	课程代码	课程名称	课程性质	学时	学分	其中				各学期周学时分配							
						课外	实验	上机	实践	一	二	三	四	五	六	七	八
	573032	毕业论文		10周	10												10周
	合计			27.5周	27.5					2周		1周	1.5周			10周	13周
总合计（理论课）				1940+（120）	124	133	36	133	64	20	26	26	25	20	20	3	
总合计（理论+拓展+实践）				2148+（120）+27.5周	164.5	176	244	176	64	21.5+2周	26	29+1周	28.5+1.5周	23	24	3+10周	13周

四、实验教学、课程设计、计算机教学环节、外语教学安排

单列实验课或开设有实验的课程	总学时	学分	实验学时	学期	课程设计或课外大作业	周数	学分	学期
经营之道电子沙盘	24	1.5	24	1				
创意思维训练	16	1	16	3				
渠道方案设计实训	16	1	16	3				
服务设计操作实训	16	1	16	3				
广告操作实训	16	1	16	3				
商业沙盘	32	2	32	3				
客户关系管理实训	32	2	20	4				
推销训练	24	1.5	24	4				
新媒体营销操作训练	32	2	16	4				
商务谈判训练	16	1	16	5				
汽车销售实训	16	1	16	5				
品牌策划训练	16	1	16	5				
工业沙盘	24	1.5	24	5				
房地产销售话术训练	16	1	16	6				
实干邦实训	48	3	32	6				
SYB实训	16	1	16	7				
合计	360	22.5	316		合计			
计算机教学环节	学时	学分	机时	学期	外语教学	学时	学分	学期
计算机应用基础B	24	1.5	24	2	大学英语（一）	56	3.5	1
市场调研Ⅱ	48	3	8	3	大学英语（二）	72	4.5	2
管理信息系统	48	3	16	3	大学英语（三）——英语口语	32	2	3
客户关系管理实训	32	2	12	4	大学英语（三）——英语写作	32	2	3
网络营销	48	3	16	6	市场营销专业英语	48	3	4
项目管理	48	3	8	6				
合计	248	15.5	84		合计	240	15	