

制定人：刘新

教学院长签名：[Signature]

市场营销 (Marketing)

专业代码：120202

学制：4年

年级：2019

授予学位类型

管理学学士学位

专业方向设置

无

专业介绍

作为我校首批创办的专业，市场营销专业始终以学生能力导向，对接国际办学标准，并以培养企业中高级职业经理人和卓越管理者为人才定位。目前，办学理念和培养方式已获得美国IACBE国际商科认证。我专业响应社会人才需求变化，整合校内外、多学科的优质教育资源，致力于培养符合新时代要求的新型商科人才。该专业强调实训和实践教学方式，企业合作课程与实训基地建设不断提速，学生专业能力出色，多次在省级、国家级比赛中获得喜人成绩

培养目标

以培养企业中高级职业经理人和卓越管理者为人才定位。以服务粤港澳大湾区经济为主，致力于培养符合新时代要求的新型商科人才，毕业5年后可胜任产品经理、市场研究经理、项目经理、客户经理、品牌运营总监、新媒体策划与运营总监、广告设计总监、市场总监、电子商务运营师等企业中级岗位工作。

目标一：培养具有掌握学科认知能力的商科专业人才；

目标二：培养具备优良的人际与社交能力人才；

目标三：培养学生能够依据决策工具分析和预测的数据营销专业能力；

目标四：培养学生能够根据企业需求策划和执行各类型营销方案的能力；

目标五：培养学生掌握行业应用与创新的能力。

基本规格与毕业要求

毕业要求：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160总学分。成为具备市场营销学本科知识结构，熟练掌握营销技能和手段、善于沟通和合作，并能根据行业、企业实际情况分析问题、解决问题的创新性应用型营销人才。

市场营销专业学生具备核心能力：

能力1：学生能够展示获取和处理信息的能力, 识别问题，运用科学和批判性思维技巧来分析问题，并提出解决方案。

能力2：学生能够认识成功团队的关键要素，并进行有效的团队合作，以促进建立高绩效团队和协作环境。

能力3：学生能够应用口头和书面沟通的方法和技巧在广泛的受众和环境中进行有效和专业的沟通。

能力4：学生能够描述市场营销专业领域与商科功能领域的主要概念并应用于解决实际问题。

能力5：学生能够在市场营销的实践中应用适当的技术和工具，作出业务决策。

能力6：学生能够通过同事和利益相关者的有效沟通和工作，应用战略规划技能有效地倡导业务场景中的创新理念。

能力7：学生能够在全局环境下应用商业法律、商业道德和商业经济标准，展示符合专业标准和道德责任的行为，承认和接受个人和文化的多样性。

能力8：学生能够利用研究技巧和成果解决商业问题，并展示持续研究、探索、学习的能力。

课程修读指引

（1）通识教育选修课分为人文社科类、艺术鉴赏类、自然科技类、经济管理类、创新创业类5类课程。市场营销专业学生必须修读创新创业类、艺术鉴赏类、自然科技类课程。。每个学生在校期间应至少取得6个通识教育选修课程学分。

（2）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修读网络课程、MOOC课程等获得；创新创业实践学分主要通过参加各类比赛和科研项目等途径获得。

（3）学院积极推进教学方法改革，重点打造营销学原理、营销综合案例分析、消费者行为学、大数据营销、新媒体营销、创新思维训练、市场调研、广告设计与实操、数据化营销分析工具、零售管理、国际市场营销与商务英语等课程。

专业核心课程

管理学原理、营销学原理、经济学原理、经济法、会计学、财务管理、消费者行为学、商务谈判、市场统计学、市场调研、营销综合案例分析、市场逻辑与形象思维、广告学、零售管理、科学研究与论文写作等。

一、毕业学时学分要求

课程平台		必修		选修		理论学分	实践学分	总学分中该 类学分占比
		学分	学时 (周)	学分	学时 (周)			
通识教育		43	688	6	96	49	0	30.63%
学科专业教育	学科基础	16	256	0	0	16	0	10.00%
	专业教育	27	432	41	656	68	0	42.50%
实践教育	基础实践	4	64	0	0	0	4	2.50%
	专业实践	20.5	328	0	0	0	20.5	12.81%
	个人拓展	0	0	2.5	32	0	2.5	1.56%
合计		110.5	1768	49.5	784	133	27	100.00%
毕业生最低学分要求		160.0						

二、专业教学进度总体安排表

学 年	学 期	教学进度安排（周）																		理论 教学	考 试	入 学 教 育	军 训	课 程 设 计	金 工 实 习	电 子 工 艺 实 习	电 脑 上 机	生 产 实 习	个 人 拓 展	毕 业 实 习	毕 业 设 计	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	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O			
一	1	C	D	D	A	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	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	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	A	O	B	15.5	1				1	0.5							1		19		
三	5	A	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	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	K	8	1						10								19		
	8	K	K	K	L	L	L	L	L	L	L	L	L	L	M	M	N	N	N	N										3	10	6			19			
合 计 （周）																					104.5	7	1	2			1	0.5		11		3	10	6	6			152

三、营销专业课程教学计划表																		
课程平台	课程代码	课程名称	课程性质	学分	总学时	其中		开课学年（学期）	开课单位	各学期周学时分配								备注
						理论（讲授）	实践/实验			一	二	三	四	五	六	七	八	
通识教育（必修）	351002	思想道德修养与法律基础	必修课	2	32	32		一（1）	思政部	2								
	351013	马克思主义基本原理概论		3	48	40	8	二（1）	思政部			3						
	351011	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		4	64	48	16	一（2）	思政部		4							
	351014	中国近现代史纲要		3	48	40	8	二（2）	思政部		3							
	351021	形势与政策（一）		0.50	16	16		一（1）	思政部	0.50								
	351022	形势与政策（二）		0.25	8	8		一（2）	思政部		0.25							
	351023	形势与政策（三）		0.25	8	8		二（1）	思政部			0.25						
	351024	形势与政策（四）		0.25	8	8		二（2）	思政部				0.25					
	351025	形势与政策（五）		0.25	8	8		三（1）	思政部					0.25				
	351026	形势与政策（六）		0.25	8	8		三（2）	思政部						0.25			
	351027	形势与政策（七）		0.25	8	8		四（1）	思政部							0.25		
	031000	大学生职业生涯规划		1	20	16	4	一（1）	管理学院	1								
	031001	大学生就业指导		1	20	16	4	三（2）	管理学院							1		
	031004	大学生心理健康教育		1.5	32	24	8	一（2）	管理学院		1.5							
	561921	微积分A（一）		3	48	48		一（1）	管理学院	3								
	561922	微积分A（二）		3	48	48		一（2）	管理学院		3							
	361001	体育（一）		1	32	32		一（1）	体育组	1								
	361002	体育（二）		1	32	32		一（2）	体育组		1							
	361003	体育（三）		1	32	32		二（1）	体育组			1						
	361004	体育（四）		1	32	32		二（2）	体育组				1					
	591003	大学英语（一）		3.5	56	56		一（1）		3.5								
	591004	大学英语（二）		4.5	72	72		一（2）	外国语学院		4.5							
	591005	英语（三）—英语		2	32	32		二（1）	外国语学院			2						
	591006	英语（三）—英语		2	32	32		二（1）	外国语学院			2						

三、营销专业课程教学计划表																		
课程平台	课程代码	课程名称	课程性质	学分	总学时	其中		开课学年（学期）	开课单位	各学期周学时分配								备注
						理论（讲授）	实践/实验			一	二	三	四	五	六	七	八	
专业教育		营销综合案例分析		3	48	32	16	三（2）	管理学院						3			
	小计			27	432	320	112			4	6	6		6	3	2		
		营销渠道创新管理		3	48	32	16	二（1）	管理学院			3						
		市场逻辑与形象思维		3	48	32	16	二（1）	管理学院			3						
		新媒体营销		3	48	16	32	二（2）	管理学院				3					
		广告学		3	48	32	16	二（1）	管理学院			3						
		零售管理		3	48	48		二（2）	管理学院				3					
		客户关系管理		2	32	32		三（1）	管理学院					2				
		商务谈判		3	48	32	16	三（1）	管理学院					3				
		服务营销		3	48	32	16	三（2）	管理学院						3			
		大数据营销		3	48	48		二（2）	管理学院				3					
		市场推广与策划		3	48	32	16	二（2）	管理学院				3					
		旅游目的地营销		2	32	32		三（1）	管理学院					2				
		市场营销专业英语		2	32	32		二（2）	管理学院				2					
		会展策划与设计		3	48	32	16	三（1）	管理学院					3				
		公关营销		1	16	16		三（1）	管理学院					1				
		国际营销学		2	32	32		三（1）	管理学院					2				
		组织营销		2	32	32		三（1）	管理学院					2				
		交互营销设计		2	32	32		三（2）	管理学院						2			
		房地产营销策划		3	48	32	16	三（2）	管理学院						3			
		文化创意产业与市场		2	32	32		三（1）	管理学院					2				
		管理信息系统		3	48	32	16	二（2）	管理学院				3					
		R语言		3	48		48	二（1）	管理学院			3						
		企业战略管理		3	48	48		三（2）	管理学院						3			

三、营销专业课程教学计划表																			
课程平台		课程代码	课程名称	课程性质	学分	总学时	其中		开课学年（学期）	开课单位	各学期周学时分配								备注
							理论（讲授）	实践/实验			一	二	三	四	五	六	七	八	
			项目管理		3	48	48		三（2）	管理学院							3		
			组织行为学		3	48	48		二（1）	管理学院				3					
			人力资源管理		2	32	48		三（2）	管理学院							2		
			营销文案写作与编辑		2	32	16	16	三（2）	管理学院							2		
			客户关系管理实训		1	16		16	三（1）	管理学院					1				
		至少选修			41	656	400	256					9	13	13	6			
	小计				41								9	13	13	7			
	合计				68						4	6	15	13	19	10	2		
实践教育课程	基础实践	351019	思政课社会实践	必修	2	32		32	二（1）	管理学院				2					
		031006	军事技能训练	必修	2	2周		2周	二（1）	管理学院	2			2					
	专业实践		金工实习	必修	1	1周		1	二（2）	管理学院					1周				
			电子工艺实习B	必修	0.5	0.5周		0.5	二（2）	管理学院					0.5周				
			见习实习	必修	1	1周		1	二（1）	管理学院				1周					
			专业实习	必修	5	5周		5	四（1）	管理学院								5周	
			毕业实习	必修	3	3周		3	四（2）	管理学院									3周
			毕业论文	必修	10	10周		10	四（2）	管理学院									10周
			小计		24.5	392		392			2	1			1.5			5	13
	展示个人计划拓展	22301	创新实践学分	至少选修	2.5	40		32	四（1）	管理学院							2		
小计				27	432		424			2	1			1.5		7	13		
总合计				160	2560		512			20	27.75	25.25	20.75	23.25	19.25	9.25	13		

八、实践教学、外语教学环节安排

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	实践教学环节名称		周数	学分	学期
营销学原理	3	48	16	1	基础实践教学	军事技能	2	2	1
市场统计学	3	48	8	2		思政社会实践	2	2	3
市场调研	3	48	16	3	专业实践教学	金工实习	1	1	3
消费者行为学	3	48	8	2		电子工艺实习B	0.5	0.5	4
营销分析工具	3	48	16	5		见习实习	1	1	3
广告学	3	48	16	3		专业实习	5	5	7
品牌管理	3	48	16	5		毕业实习	3	3	8
营销综合案例分析	3	48	16	5		毕业论文	10	10	8
营销渠道创新管理	3	48	16	3					
市场逻辑与形象思维	3	48	16	3					
新媒体营销	3	48	32	4					
广告学	3	48	16	3					
商务谈判	3	48	16	5					
服务营销	3	48	16	6					
市场推广与策划	3	48	16	4					
会展策划与设计	3	48	16	5					
房地产营销策划	3	48	16	6					
管理信息系统	3	48	16	4					
R语言	3	48	48	3					
营销文案写作与编辑	2	32	16	6					
客户关系管理实训	1	16	16	5					
合计	60	960	368		合计		24.5	24.5	

外语教学环节	全英	双语	学时	学分	学期				
大学英语（一）		√	56	3.5	1				
大学英语（二）		√	72	4.5	2				
大学英语 （三）—英语		√	32	2	3				
大学英语 （三）—英语 写作		√	32	2	3				
商务英语	√		32	2	5				
市场营销专 业英语	√		32	2	4				
合计			256	16					