

制定人签名：刘新

主管院长签名：王峰

市场营销 (Marketing)

专业代码：120202

学制：4年

年级：2018

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

市场营销专业教育目标

- 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。

学生核心能力

市场营销专业学生核心能力

- 能力1：学生能够在各种环境下营造高效的团队合作氛围，并开展有成效的团队合作；
- 能力2：学生能够在多种不同的场合，展示与职业环境相关的沟通技巧，提供有效和专业的沟通；
- 能力3：学生能够应用战略规划技能来实现业务场景中的变更计划；
- 能力4：学生能够说明贸易体系，经济，政治，法律和文化环境如何影响公司的营销决策；
- 能力5：学生能够在全球环境下应用商业法律，商业道德和商业经济标准；
- 能力6：学生能够通过应用营销概念和理论评估营销和媒体中的问题；
- 能力7：学生能够应用营销概念理解商业需求，获取和处理数据、并运用决策支持工具和研究技巧对商业数据进行分析；
- 能力8：学生能够展示各种营销和媒体概念和知识，能够通过应用决策支持工具和研究技巧、技能来满足营销需求，制定营销方案；
- 能力9：学生能够应用行业知识和营销技能，理解和分析企业营销问题，并能提出创造性解决方案。

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

（一）学科基础课：管理学原理、经济学原理、组织行为学、会计学、经济法、运作管理等。（二）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	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	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	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P																		
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	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	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）																					105	7	1	2			1	0.5		11		3	10	6	6																			151.5

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	43	800	26.14%
	通选	4	64	2.43%
学科基础课	必修	10	160	6.08%
	选修	6	96	3.65%
专业领域课	必修	27	432	16.41%
	选修	34	544	20.67%
理论课合计	必修	80	1280	48.63%
	通选	4	64	2.43%
	选修	40	640	24.32%
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																		
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	
公共基础课		思想道德修养与法律基础	必修课	32	2				8	2								
		马克思主义基本原理概论		48	3				8			3						
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		64	4				16		4							
		中国近现代史纲要		48	3				8				3					
		形势与政策		64	2						1		1		1		1	
		思政社会实践		32	2				32			2						
		大学生职业生涯规划		20	1	4				1								
		大学生就业指导		20	1	4									1			
		大学生心理健康教育		32	1.5				8		2							
		微积分A		96	6					3	3							
		体育		128	4					2	2	2	2					
		大学英语（一） 大学英语（二）		128	8					3.5	4.5							
		大学英语（三）—英语写		32	2							2						
		大学英语（三）—英语口		32	2							2						
		计算机应用基础B		24	1.5				24			2						
		合计			800	43	8		24	80	11.5	18.5	11	6		2		1
		文化素质教育类	通选课	32	2						2							
		※创新创业教育类		32	2							2						
		工程技术类		32	2								2					
		需选修			64	4						2	2	2				
合计				864	47	8		24	80	11.5	20.5	13	8		2		1	

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	
学科基础课			管理学原理	必修课	48	3					3								
			经济学原理		64	4							4						
			经济法		48	3										3			
		合 计			160	10					3			4		3			
			组织行为学	选修课	48	3						3							
			会计学		48	3						3							
			运作管理		48	3										3			
			企业伦理		32	2										2			
		需选修			96	6						3				3			
		合 计			256	16					3	3		4		6			
			专业认知	必修课	16	1					1								
			★营销学原理		48	3					3								
			★市场统计学		48	3			8			3							
			★市场调研		48	3							3						
			★消费者行为学		48	3						3							
			★分销渠道管理		48	3							3						
			★服务营销		32	2											2		
			★市场推广与策划		32	2								2					
			★客户关系管理		32	2										2			
			★商务谈判		32	2										2			
			★营销综合案例分析		48	3											3		
		合 计			432	27			8		4	6	6	2	4	5			
			※创意思维与方法		32	2							2						
			广告学		48	3							3						
			※零售管理		48	3								3					
			※营销传播原理		16	1								1					
			旅游市场营销		32	2									2				

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
专业领域课			市场营销专业英语	选修课	48	3								3				
			会展管理		48	3									3			
			营销分析工具		32	2									2			
			品牌管理		32	2									2			
			国际营销学		32	2									2			
			汽车销售实务		32	2									2			
			交互营销设计		32	2										2		
			房地产营销		48	3										3		
			文化创意产业		32	2										2		
			R语言		48	3			48				3					
			财务管理		48	3									3			
			网络营销		48	3			16							3		
			企业战略管理		48	3										3		
			项目管理		48	3			8							3		
			人力资源管理		32	2										2		
			※创意思维训练		16	1		16					1					
			营销文案写作与编辑		32	2										2		
			客户关系管理实训		32	2		20	12						2			
			经管跨专业选修		32	2											2	
			至少选修			544	34						7	7	13	6	1	
		合计			976	61					4	6	13	9	17	11	1	
			市场推广训练		24	1.5		24					1.5					
			商务谈判训练		16	1		16						1				
			营销分析工具应用训练		16	1		16						1				
			汽车销售实训		16	1		16						1				

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
个人拓展		服务设计操作实训	选修课	16	1		16								1		
		广告操作实训		16	1		16					1					
		品牌策划训练		16	1		16							1			
		新媒体营销操作训练		32	2		16						2				
		工业沙盘		24	1.5		24							2			
		商业沙盘		32	2		32					2					
		科学研究方法与论文写作		32	2		32									2	
		经营之道电子沙盘		24	1.5		24							2			
		※创办你的企业(SYB)		48	3		48									3	
		※SYB实训		16	1		16									1	
		个人拓展跨专业选修		32	2											2	
	022301	创新创业类项目1		+1	1												1
	022302	创新创业类项目2		+1	1												1
	022303	创新创业类项目3		+1	1												1
	022304	创新创业类项目4		+2	2												2
	022305	创新创业类项目5		+2	2												2
	022306	创新创业类项目6		+3	3												3
	912001	联合班（线性代数与概率统计）		48	3										3		
	912006	联合班（高等数学）		64	4											4	
	912003	联合班（英语）		32	2											2	
	912004	联合班（政治）		32	2											2	
		至少选修		208	13							1	3	6	1	2	

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
集中实践教学环节			军训	必修课	2周	2					2周							
			金工实习		1周	1								1周				
			见习实习		1周	1							1周					
			电子工艺实习B		0.5周	0.5								0.5周				
			专业实习		10周	10											10周	
			毕业实习		3周	3												3周
			毕业论文		10周	10												10周
					27.5周	27.5					2		1	1.5			10	13
理论课合计					1984	124					18.5	29.5	26	21	17	19	1	1
总合计（理论+拓展+实践）					2192+27.5周	164.5					19+2周	30	27+1周	24+1.5周	23	20	3+10周	1+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
市场推广训练	24	1.5	24	4				
商务谈判训练	16	1	16	5				
营销分析工具应用训练	16	1	16	5				
汽车销售实训	16	1	16	5				
服务设计操作实训	16	1	16	3				
广告操作实训	16	1	16	3				
品牌策划训练	16	1	16	5				
新媒体营销操作训练	32	2	16	4				
工业沙盘	24	1.5	24	5				
商业沙盘	32	2	32	3				
科学研究方法与论文 写作	32	2	32	6				
经营之道电子沙盘	24	1.5	24	1				
※创办你的企业 (SYB)	48	3	48	7				
※SYB实训	16	1	16	7				
合计	328	20.5	312		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	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
商务数据分析工具	48	3	48	4				
新媒体营销操作训练	32	2	32	4				
R语言	48	3	48	3				
合计	328	20.5	204		合计	240	15	