

市场营销专业人才培养方案

一、专业培养目标

本专业培养具有经济与管理基础知识，系统掌握市场调研、营销策划、网络营销、消费行为分析、销售渠道及企业管理等方面的理论、方法和手段。遵循“重实践，强应用”的原则，在教学过程中注重专业知识的实践性与应用性，定位于培养能够熟练运用计算机信息管理和网站设计等技术，在实践工作中开展企业市场调研、市场营销策划，市场营销推广、电子商务等具体工作的企业高级经营管理人才。

本专业学生毕业后，主要到工商企业，包括外资企业、国有集体企业和民营企业从事营销管理、营销策划、电子商务、网络营销和信息管理工作。也可在事业单位、社会团体、政府部门、教学及科研单位从事相关管理工作。

二、专业培养规格

1、知识结构要求

- (1) 掌握管理学、经济学和现代企业管理的基本理论、基本知识；
- (2) 掌握市场营销中的定性、定量分析方法；
- (3) 掌握网络营销和信息管理技术的基本理论和基本知识；
- (4) 熟悉我国有关市场营销的方针、政策、法规；
- (5) 了解国际市场营销的惯例和规则，了解本学科的理论前沿及发展动态等。

2、能力结构要求

- (1) 具备较强的营销管理和领导能力；
- (2) 具备较强的语言与文字表达、人际沟通以及组织管理的基本能力；
- (3) 具备市场调研和社交公关能力，具备营销战略制订、策划、定价能力；
- (4) 具备一定的计算机文化素质，具备在本专业及相关领域中的计算机应用能力和运用网络开展市场营销和电子商务的能力；
- (5) 掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究能力。

3、素质结构要求

- (1) 学习人文社会科学等方面的课程，具备较高的思想道德素质、文化素质和身体、心理素质。
- (2) 具有较强的开拓、创新和吃苦耐劳的精神等。

三、主干学科和主要课程

主干学科：工商管理、经济学

主要课程：管理学、微观经济学、宏观经济学、管理信息系统、应用统计、财务管理、市场营销学、网络营销、电子商务、国际市场营销、经济法、广告学、市场营销调研、营销策划、消费者行为学等。

四、课程设置

课程设置：课内总学时数为 2446 学时，总学分数为 150 学分。

其中：必修课程 2198 学时、137 学分； 选修课程 248 学时、13 学分。

课程设置情况详见表一：《市场营销（网络营销）专业课程设置安排表》。

五、实践环节

实践环节学分为 26 学分。本专业各类实践环节安排情况详见表二：《市场营销（网络营销）专业实践环节安排表》。

六、综合素质培养

由入学教育和毕业教育、军事理论和军事技能训练、形势与政策、大学生就业指导等必修的教育环节，以及学科竞赛等专业性课外活动和社会实践等拓展性校外活动选修环节组成，设定为 10 学分。详见表二：《综合素质培养与拓展环节》。

七、学时、学分分配比例

各类课程（环节）的学时、学分分配比例见表三：《市场营销（网络营销）专业各类课程（环节）的学时和学分统计表》。

八、学制、毕业最低学分与学位授予

本专业学制四年，完成学业最低学分为 186 学分。学生修完规定课程，完成实践环节和毕业论文训练，达到学位授予要求，可获得管理学学士学位。

表一

市场营销专业课程设置安排表

课程类别	课程序号	课程名称	学分	课内学时	学时分配			课外学时	考核类型	开课学期及周学时										要求说明				
					授课学时	实验学时	上机学时			一		二		三		四		五						
										1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
通识教育课程	1	思想道德修养与法律基础	3	36	36			12	查		3													
	2	中国近现代史纲要	2	24	24			8	查	2														
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(一)	3	32	32			16	查			2												
	4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(二)	3	32	32			16	试				2											
	5	马克思主义基本原理概论	3	42	42			6	试						3									
	6	大学英语(一)	4	64	64				试	4														
	7	大学英语(二)	4	64	64				试		4													
	8	大学英语(三)	4	64	64				试			4												
	9	大学英语(四)	4	64	64				试				4											
	10	体育(一)	1	32	32				查	2														
	11	体育(二)	1	32	32				查		2													
	12	体育(三)	1	32	32				查			2												
	13	体育(四)	1	32	32				查				2											
	14	大学计算机信息技术	4	64	32		32		试	4														
	小计		38	614	582		32	58	7	12	9	8	8		3									
必修课程	15	高等数学C	6	96	96				试	6														
	16	线性代数B	2	32	32				查			2												
	17	概率论与数理统计C	3	48	48				查		3													
	18	管理学	3	48	48				试		3													
	19	应用统计*	3	48	32		16		试				3											
	20	运筹学*	3	48	32		16		试					3										
	21	微观经济学	3	48	48				试		3													
	22	宏观经济学	2	32	32				查			2												
	23	市场营销学*	3	48	48				试				3											
	24	会计学	3	48	48				试				3											
	25	财务管理	2	32	32				查					2										
	26	企业战略管理	3	48	48				查							3								
	27	组织行为学B	2	32	32				查						2									
	28	ACCESS数据库	3	48	32		16		试		3													
29	管理信息系统*	3	48	32		16		试						3										
30	经济法A	2	32	32				查				2												
31	国际贸易理论与实务	3	48	48				试							3									
	小计		49	784	720		16	48		9	6	12	4	11	5	8	3							
专业基础和 专业课程	33	民商法	3	48	48				试			3												
	34	市场营销调研	3	48	48				试					3										
	35	质量管理与质量认证	3	48	48				试						3									
	36	物流学	2	32	32				查			2												
	37	电子商务A*	3	48	32		16		试						3									
	38	消费者行为学	3	48	48				试						3									
	39	国际市场营销	3	48	48				试							3								
	40	国际金融	2	32	32				查				2											
41	生产运营管理	3	48	48				试							3									

续表一

课程类别	课程序号	课程名称	学分	课内学时	学时分配			课外学时	考核类型	开课学期及周学时										要求说明						
					授课学时	实验学时	上机学时			一		二		三		四		五								
										1	2	1	2	1	2	1	2	1	2							
必修课程	42	商务谈判	2	32	32				查						2											
	43	广告学	2	32	32				查			2														
	44	网络营销A*	3	48	30		18		查					3												
	45	专业外语	2	32	32				查				2													
	46	网络技术与网站建设*	2.5	40	20		20		查						3											
	47	营销策划	2.5	40	40				查						3											
	48	供应链管理	3	48	32	16			试						3											
	49	营销战略管理	3	48	48				查				3													
	50	客户关系管理	2	32	32				查						2											
	51	服务营销	3	48	48				试							3										
小 计			50	800	730	32	38		8			7	2	18	13	12										
合 计			137	2198	2032	48	118	58	23	18	21	19	21	23	24	15										
专业任选课程	53	商务英语口语	2	32	32				查			2												至少选修8学分		
	54	统计分析软件*	2	32	16		16		查				2													
	55	会计信息系统*	2	32	16		16		查					2												
	56	报关业务	1	16	16				查					2												
	57	创业管理A	2	32	32				查						2											
	58	公共关系学C	1.5	24	24				查			2														
	59	企业资源计划	2	32	32				查				2													
	32	文献检索	1.5	24	24				查				2													
	61	管理咨询	2	32	32				查				2													
	小 计			8	128																					
通识教育课程	61	科技类课程	1	24																						
	62	人文类课程	1	24																						
	63	艺术类课程	2	48																						
	64	体育类课程	1	24																						
小 计			5	120																						

注：带“*”号课程为含有实验或上机课时课程。

表三

市场营销 专业各类课程(环节)的学时和学分统计表

课程模块	课内学时		必修课程学分		选修课程学分		合计	
	学时数	百分比	学分数	百分比	学分数	百分比	学分数	百分比
通识教育课程	734	30.01%	38	25.33%	5	3.33%	43	28.67%
学科基础课程	784	32.05%	49	32.67%	\	\	49	32.67%
专业基础和专业课程	928	37.94%	50	33.33%	8	5.33%	58	38.67%
合计	2446	100%	137	91.33%	13	8.67%	150.0	100%
实践环节学分	26							
综合素质培养与实践环节学分	10							
毕业最低学分	186.0							

专业负责人:

系主任: