

# 市场营销

(专业代码: 120202 学制: 四年 学位: 管理学学士)

## 一、培养目标

1. 本专业培养创新意识与能力、学习能力、情商、逆商突出, 具备诚信品质、团队合作能力和领导能力, 能够熟练运用大数据精准营销等工具和方法, 从事营销科学研究、营销策划与管理等实务的高级专业人才。

2. 熟悉中国历史、地理、社会、经济等中国国情和文化基本知识, 理解中国社会主流价值观和公共道德观念。

3. 能够顺利使用中文完成本学科、专业的学习和研究任务, 并具备使用中文从事本专业相关工作的能力; 毕业时中文能力应当达到《国际汉语能力标准》五级水平。

4. 在本学科领域中具有一定的国际视野, 能够在多个国家的实际环境中运用和发展本学科的知识、技能和方法, 并具备参与国际交流与合作的初步能力。

## 二、毕业要求及实现矩阵

1. 基础知识: 掌握一门外语, 具备扎实的经济数学、计算机与信息技术等基础知识, 掌握经济学、管理学、组织行为学、战略管理、财务管理等学科基础, 能够发现、分析和解决一般的组织管理问题;

2. 营销知识: 掌握消费者行为学、市场研究、品牌管理、销售管理、广告、分销渠道、价格管理等营销专业知识, 能够发现、分析和解决组织的营销实践问题;

3. 研究分析: 具备一定的研究与创新能力, 能够应用基础知识和营销知识, 识别、表达、分析复杂营销问题, 提出有效的解决对策;

4. 营销设计: 能够从实际出发, 对营销体系、广告、营销渠道、促销方案等营销实践活动进行创新性的设计;

5. 使用现代工具: 了解计算机与互联网、物联网、云计算、人工智能等相关知识, 熟练掌握新媒体营销、数据挖掘、营销建模、精准营销等现代工具与方法, 具备现代营销所需的量化分析与应用能力;

6. 营销与社会: 能够运用所学知识, 评价市场营销实践活动对社会、健康、安全、法律、文化的影响, 并承担相应的社会责任能够理解和评价针对复杂营销问题的营销实践对环境、社会可持续发展的影响;

7. 职业规范: 具有人文素养、诚实守信, 能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德和规范;

8. 个人和团队: 具有较高的情商, 较强的团队合作意识与合作能力, 能够在多学科背景的团队中承担组织与领导角色;

9. 沟通: 具有良好的语言表达、人际沟通能力, 具备与客户沟通、维系客户关系、发掘客户潜力的能力能够就营销问题与业界同行及社会公众进行沟通交流, 具备国际视野, 能够进行有效的跨文化交流;

10. 终身学习: 具有终身学习的意识, 具备自主学习能力, 能够实现自身的可持续发展, 适应快速多变的社会环境。

毕业要求指标点分解与实现矩阵

毕业要求	指标点	课程
1. 基础知识：掌握一门外语，具备扎实的经济数学、计算机与信息技术等基础知识，掌握经济学、管理学、组织行为学、战略管理、财务管理等学科基础，能够发现、分析和解决一般的组织管理问题	1.1 掌握一门外语，具备扎实的经济数学、计算机与信息技术等基础知识	程序设计（Python） 大学计算机 概率论与数理统计 高等数学 管理统计学 数学实验 线性代数
	1.2 掌握经济学、管理学、组织行为学、战略管理、财务管理等学科基础	财务管理学 管理学 宏观经济学 人力资源管理 微观经济学 战略管理 组织行为学
	1.3 能够运用基础知识发现、分析和解决一般的组织管理问题	经营管理综合模拟实训 毕业设计 专业实习
2. 营销知识：掌握消费者行为学、市场研究、品牌管理、销售管理、广告、分销渠道、价格管理等营销专业知识，能够发现、分析和解决组织的营销实践问题	2.1 掌握消费者行为学、市场研究、品牌管理、销售管理、广告、分销渠道、价格管理等营销专业知识	市场营销学 产品与品牌管理 定价策略 分销渠道管理 服务与体验营销 广告与新媒体营销 市场调查与预测 消费者行为学
	2.2 能够运用营销知识发现、分析和解决组织的营销实践问题	市场营销学 毕业设计 市场营销综合模拟实验 市场营销综合实训 专业实习
3. 研究分析：具备一定的研究与创新能力，能够应用基础知识和营销知识，识别、表达、分析复杂营销问题，提出有效的解决对策	3.1 在营销基础知识学习与营销实践中具备一定的研究与创新能力	创业基础 新生研讨课 市场营销学 毕业设计 文献阅读与论文写作
	3.2 能够应用市场营销相关知识对本专业领域问题进行判断、分析和研究，并提出相应对策和建议	市场营销学 毕业设计 市场营销综合模拟实验 市场营销综合实训 专业实习
4. 营销设计：能够从实际出发，对营销体系、广告、营销渠道、促销方案等营销实践活动进行创新性的设计	4.1 能够充分了解实际发生的营销活动	新生研讨课 市场调查与预测 专业认识实习 专业实习
	4.2 能够对营销体系、广告、营销渠道、促销方案等营销实践活动进行创新性的设计	市场营销学 毕业设计 产品与品牌管理

		定价策略 分销渠道管理 广告与新媒体营销 市场营销综合模拟实验 市场营销综合实训 专业实习
5. 使用现代工具：了解计算机与互联网、物联网、云计算、人工智能等相关知识，熟练掌握新媒体营销、数据挖掘、营销建模、精准营销等现代工具与方法，具备现代营销所需的量化分析与应用能力	5.1 了解计算机与互联网、物联网、云计算、人工智能等相关知识	程序设计（Python） 大学计算机 管理信息系统 大数据与精准营销 广告与新媒体营销
	5.2 熟练掌握新媒体营销、数据挖掘、营销建模、精准营销等现代工具与方法，具备现代营销所需的量化分析与应用能力	管理统计学 管理信息系统 大数据与精准营销 广告与新媒体营销 市场营销综合实训
6. 营销与社会：能够运用所学知识，评价市场营销实践活动对社会、健康、安全、法律、文化的影响，并承担相应的社会责任能够理解和评价针对复杂营销问题的营销实践对环境、社会可持续发展的影响	6.1 能够运用所学知识评价市场营销实践活动对社会、健康、安全、法律、文化的影响	新生研讨课 商业伦理 市场营销学 战略管理
	6.2 能够在市场营销实践活动中意识到所承担的相应社会责任	新生研讨课 管理学 商业伦理
	6.3 能够理解和评价针对复杂营销问题的营销实践对环境、社会可持续发展的影响	市场营销学 市场营销综合模拟实验 市场营销综合实训 专业认识实习 专业实习
7. 职业规范：具有家国情怀、人文素养、诚实守信的，能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德和规范	7.1 具有人文素养，诚实守信	道德与法律 新生研讨课
	7.2 能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德和规范	道德与法律 新生研讨课 商业伦理 市场营销学
8. 个人和团队：具有较高情商，较强的团队合作意识与合作能力，能够在多学科背景的团队中承担组织与领导角色	8.1 具有较高情商，较强的团队合作意识与合作能力	管理学 人力资源管理 组织行为学 市场营销综合模拟实验 市场营销综合实训
	8.2 能够在多学科背景的团队中承担组织与领导角色	经营管理综合模拟实训 人力资源管理 组织行为学 市场营销综合实训 专业实习
9. 沟通：具有良好的语言表达、人际沟通能力，具备与客户沟通、维系客户关系、发掘客户潜力的能力能够就营销问题与业界同行及社会公众进行沟通交流，具备国际视野，	9.1 具有良好的语言表达、人际沟通能力，具备与客户沟通、维系客户关系、发掘客户潜力的能力	管理学 服务与体验营销 市场营销综合模拟实验 市场营销综合实训 专业实习

能够进行有效的跨文化交流	9.2 能够就营销问题与业界同行及社会公众进行沟通交流，具备国际视野，能够进行有效的跨文化交流	毕业设计 文献阅读与论文写作
10. 终身学习：具有终身学习的意识，具备自主学习能力，能够实现自身的可持续发展，适应快速多变的社会环境	10.1 具有终身学习的意识，具备自主学习能力	新生研讨课 毕业设计 文献阅读与论文写作
	10.2 能够实现自身的可持续发展，适应快速多变的社会环境	新生研讨课 专业认识实习 专业实习

### 三、主干学科、专业核心课程

主干学科：工商管理、工商管理

专业核心课程：管理学、财务管理学、市场营销学、战略管理、消费者行为学、大数据与精准营销

### 四、全英语课程、双语课程

双语课程：服务与体验营销

### 五、毕业要求

1、本专业学生需通过培养方案中所有必修课程，并获得不少于 20 个选修课学分。

2、通过 HSK 等级考试 5 级。

### 六、课程设置、教学环节及指导性修读计划

# 市场营销

## (一) 市场营销专业必修课程设置及指导性修读计划

课程类别	课程编码	课程名称	学分	课内学时					课外学时	学期	备注
				合计	讲授	实验	上机	实践			
通识教育课程	SEM423311010	新生研讨课 Freshmen Seminar	1.0	16	16	0	0	0	0	1	
	MRX310111030	道德与法律 Moral Education and Law	1	16	16	0	0	0	0	1	
	SFS110114200	高级汉语(2-1) Advanced Chinese (2-1)	3.0	48	48	0	0	0	0	1	
	MRX410111030	中国概况 Survey of China	3.0	48	48	0	0			1	
	SFS110114300	高级汉语(2-2) Advanced Chinese (2-2)	3.0	48	48	0	0	0	0	2	
	CST110311025	程序设计(Python) Program Design (Python)	2.5	40	40	0	(32)	0	0	1	
	CST110611015	大学计算机 Fundamentals of Computer	1.5	24	24	0	(24)	0	0	2	
学科基础课程	SCC110112100	高等数学(2-1) Advanced Mathematics(2-1)	5.5	88	88	0	0	0	88	1	
	SCC211911020	线性代数 Linear Algebra	2.0	32	32	0	0	0	32	2	
	SCC110112200	高等数学(2-2) Advanced Mathematics (2-2)	5.0	80	80	0	0	0	80	2	
	SEM410111030	管理学 Principles of Management	3.0	48	48	0	0	0	48	2	
	SEM510311030	微观经济学 Microeconomics	3.0	48	48	0	0	0	48	2	
	SEM210311005	经营管理综合模拟实训 Comprehensive Simulation Training of Business Management	0.5	0.5周	0	0	0	0.5周	8	S1	
	SCC251511010	数学实验 Mathematical Experiment	1.0	24	0	24	0	0	0	3	
	SCC211111030	概率论与数理统计 Probability Theory & Mathematical Statistics	3.0	48	48	0	0	0	48	3	
	SEM310111030	财务管理学 Financial Management	3.0	50	44	6	0	0	50	3	
	SEM421711030	市场营销学 Marketing	3.0	48	48	0	0	0	48	3	
	SEM510211020	宏观经济学 Macroeconomics	2.0	32	32	0	0	0	32	3	
	SEM421511020	商业伦理 Business Ethics	2.0	32	32	0	0	0	32	3	
	SEM423111020	组织行为学 Organizational Behavior	2.0	32	32	0	0	0	32	4	
SEM422511020	战略管理	2.0	32	32	0	0	0	46	4		

		Strategic Management									
	SEM310211030	管理统计学 Management Statistics	3.0	52	40	12	0	0	52	4	
	SEM210211020	管理信息系统 Management Information Systems	2.0	32	32	0	0	0	32	5	
	SEM421311020	人力资源管理 Human Resource Management	2.0	36	24	12	0	0	32	5	
专业 课程	SEM422011005	市场营销综合模拟实验 Comprehensive Simulation Training of Marketing	0.5	0.5周	0	0	0	0.5周	0	3	
	SEM421611020	市场调查与预测 Marketing Research & Prediction	2.0	32	32	0	0	0	0	4	
	SEM422711020	专业认识实习 Professional Cognition Practice	2.0	2周	0	0	0	2周	0	S2	
	SEM422211020	消费者行为学 The Study of Consumer Behavior	2.0	32	32	0	0	0	32	5	
	SEM420411020	分销渠道管理 Management of Distribution Channels	2.0	32	32	0	0	0	0	5	
	SEM420211020	产品与品牌管理 Product & Brand Management	2.0	32	32	0	0	0	0	5	
	SEM420811025	广告与新媒体营销 Advertising & New Media Marketing	2.5	44	32	12	0	0	0	6	
	SEM420511020	服务与体验营销 Service & Experience Marketing	2.0	32	32	0	0	0	0	6	
	SEM220411020	大数据与精准营销 Big Data and Precision Marketing	2.0	32	32	0	0	0	32	6	
	SEM422811040	专业实习 Professional Practice	4.0	4周	0	0	0	4周	0	S3	
	SEM422111020	市场营销综合实训 Comprehensive Simulation Training of Marketing	2.0	2周	0	0	0	2周	0	S3	
	SEM420311020	定价策略 Pricing Strategy	2.0	32	32	0	0	0	0	7	
	SEM410511010	文献阅读与论文写作 Literature Review & Thesis Writing	1.0	16	16	0	0	0	0	8	
	SEM420111120	毕业设计 Graduation Project	12.0	12周	0	0	0	12周	0	8	

(二) 市场营销专业选修课程设置及指导性修读计划

课程 类别	课程编码	课程名称	学分	课内学时					课外学 时	学期	备注
				合计	讲授	实验	上机	实践			
学科 基础 课程	SEM420721020	管理沟通 Managerial Communication	2.0	32	32	0	0	0	0	4	
	SEM420621020	公共关系学 Public Relations	2.0	32	32	0	0	0	0	4	
	SEM123121020	企业运营管理 Business Operations Management	2.0	32	32	0	0	0	0	4	
	SEM110621030	运筹学 Operational Research	3.0	48	48	0	0	0	0	5	

	SEM522421030	经济法 Economic Law	3.0	48	48	0	0	0	0	5	
	SEM421221020	企业文化学 Corporate Culture	2.0	32	32	0	0	0	0	5	
	SEM510121025	国际贸易 International Trade	2.5	44	32	12	0	0	0	6	
	SEM210521015	商务办公技能 Business Office Skills	1.5	36	0	36	0	0	0	6	
	SEM121321020	公文写作与处理 Document Writing & Processing	2.0	40	16	0	0	24	0	7	
	SPE122121030	石油工业概论 Introduction to Petroleum Industry	3.0	48	48	0	0	0	48	7	
专业 课程	SEM420921020	国际营销学 International Marketing	2.0	32	32	0	0	0	0	4	
	SEM210121030	供应链与物流管理 Supply Chain and Logistics Management	3.0	56	32	24	0	0	0	5	
	SEM422421020	营销建模与数据挖掘 Marketing Modeling & Data Mining	2.0	40	16	24	0	0	32	5	
	SEM421121020	零售管理 Introduction to Retail Management	2.0	32	32	0	0	0	0	6	
	SEM210421025	客户关系管理 Customer Relationship Management (CRM)	2.5	44	32	12	0	0	0	6	
	SEM422321020	销售管理 Sales Management	2.0	32	32	0	0	0	0	6	
	SEM421921020	市场营销专题问题研究 Research on the Special Subject of Marketing	2.0	32	32	0	0	0	0	6	
	SEM521521020	国际商务谈判 International Business Negotiation	2.0	32	32	0	0	0	0	7	
	SEM421421010	商务礼仪 Business Etiquette	1.0	16	16	0	0	0	0	7	
	SEM422921020	专业外语 Professional English	2.0	32	32	0	0	0	0	7	
<p>选修说明:</p> <p>1. 选修学分要求 选修课程要求修满 20 学分。</p> <p>2. 选修指导意见</p> <p>(1) 建议选择继续深造的学生选修运筹学、营销建模与数据挖掘、客户关系管理、市场营销专题问题研究等课程。</p> <p>(2) 建议选择就业的学生选修管理沟通、经济应用文写作、零售管理等课程。</p> <p>(3) 建议跨学科发展的学生选修国际贸易、供应链与物流管理、企业文化学等课程。</p>											