

2021 级市场营销专业本科人才培养方案

方案负责人：韦海燕 方案审核人：章迪诚

一、专业名称与代码

专业名称：市场营销

专业代码：120202

二、培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，培养符合新时代要求，德智体美劳全面发展，具有社会责任感，具备良好的职业道德和人文素养，掌握现代营销管理理论及方法，具有创新意识、团队精神和沟通能力，能综合运用相关知识和现代技术手段发现、分析和解决营销管理实际问题，能在商贸流通领域从事营销管理工作的能做、会管、善谋的高素质应用型人才。

三、培养规格

1. 学制与学位

本专业标准学制为四年，实行弹性修业年限 4-6 年，最低毕业学分为 159.5 学分。学生在规定学制内，修完人才培养方案规定的课程，成绩合格，德育考核合格，《国家学生体质健康标准》测试成绩合格，并完成新商科第二课堂综合素质训练学分要求的，准予毕业。符合学校学士学位授予条件的毕业生，授予管理学学士学位。

2. 知识要求

(1) 基础性知识

熟练掌握数学、统计学、经济学、管理学等基础学科的理论和方法。

(2) 专业性知识

系统掌握市场营销学、市场调研、消费者行为学、会计学、财务管理学等工商管理类专业理论知识与方法，了解本学科的理论前沿及发展动态。

(3) 通识性知识

学习哲学、社会学、心理学、法学、科学技术、语言文学、健康、艺术、职业发展等方面的通识性知识。

3. 素质要求

(1) 思想道德素质

努力学习掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想，能自觉践行社会主义核心价值观。热爱祖国、热爱人民。树立正确的世界观、人生观和价值观；具有较强的法律意识，良好的职业道德、团队合作精神和适应能力。

(2) 专业素质

系统掌握工商管理类专业基础知识，具备发现组织管理问题和营销管理问题的敏锐性和判断力，掌握创新创业技能，并能够运用管理学和市场营销的理论与方法，系统分析、解决组织管理问题和营销管理问题。

(3) 文化素质

具有较高的审美情趣、文化品位、人文素养；具有时代精神和较强的人际交往能力；积极乐观地生活，充满责任感地工作。

(4) 身心素质

具有健康的体魄和心理素质，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力。

4. 能力要求

(1) 知识获取能力

能够运用科学的方法，通过课堂、文献、网络、实习实践等渠道获取知识；善于学习和吸收他人知识，并构建自己的知识体系。

(2) 知识应用能力

能够应用管理理论和方法分析并解决营销管理理论与实践问题。

(3) 创新创业能力

具有较强的组织沟通能力与探索性、批判性思维能力，不断尝试理论应用与实践创新。

四、课程体系

1. 课程体系总体框架

市场营销专业课程体系包括理论教学和实践教学。理论教学包括通识课程和专业课程，专业课程涵盖专业基础课程、专业主干课程和专业选修课程；实践教学包括实验、专业实习、社会实践和毕业论文。

2. 课程设置

(1) 理论教学课程

理论教学课程含通识必修课程共 28 门课、64 学分，通识选修课 8 学分；专业基础课程 5 门课共 15 学分；专业主干课 3 门共 8 学分；专业限选课 24 学分；专业方向模块课程 6 学分；专业任选课程 2 学分。

(2) 实践教学课程

实践教学课程含 2 个实验项目共 4 学分；专业实习 5 个实践项目共 14 学分；社会实践类项目包括 4 个项目共 6.5 学分；毕业论文 8 学分。共计 32.5 学分。

3. 所设课程对能力培养的支撑

专业核心能力		课程名称	备注
能力类型	能力名称		
市场调研能力	营销分析	市场营销学 消费者行为学	
	市场调研	市场调研 数字营销	
营销管理能力	渠道管理	客户关系管理 渠道管理 新零售管理 销售管理 管理信息系统基础	
	营销策划	战略管理 品牌管理 新媒体运营 网络营销 营销策划 整合营销传播	

4. 主干学科、主干课程

(1) 主干学科：工商管理

(2) 专业主干课程：市场营销学、市场调研、战略管理、消费者行为学、网络营销。

5. 课程结构与学分及时分配

课程平台	课程类别	学分	学时	理论教学学时	实践教学学时	占总学分比例 (%)	各学期学分统计							
							一	二	三	四	五	六	七	八
通识课程	通识必修课程	64	1142	895	247	45.14	21.5	16	11	11	2	2	0.5	0
	通识选修课程	8	128	128	0		0	√	√	√	√	√	0	0
专业课程	专业基础课程	15	240	232	8	34.48	0	6	6	0	0	3	0	0
	专业主干课程	8	128	107	21		0	0	3	5	0	0	0	0
	专业选修课程	32	512	446	66		0	0	4	0	13	13	2	0
小计		127	2150	1808	342	79.62	21.5	24	26	18	17	18	2.5	0
实践课程		32.5	472	实践教学环节学分：51		31.97	2	2	2.3	2	2.2	2	6	14
最低毕业学分/学时		159.5	2622	集中性实践环节周数：28			23.5	26	28.3	20	19.2	20	8.5	14

五、教学计划

市场营销专业理论教学计划表

课程平台	课程类别	课程名称	课程性质	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期周学时分配								课程归属	备注
									第一学年		第二学年		第三学年		第四学年			
									1	2	3	4	5	6	7	8		
通识课程	思想政治理论课程	形势与政策	必查	2	36	18	18	√	√	√	√	√	√			马克思主义学院	第1-6学期以讲座形式开设。每次讲座分别为6、6、6、6、6、6学时。第6学期一次录入成绩	
		思想道德与法治	必试	3	48	38	10	3										
		马克思主义基本原理	必试	3	48	46	2		3									
		中国近现代史纲要	必试	3	48	42	6		3									
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必试	5	80	65	15			5								
	大学英语	大学英语1	必试	4	64	64		4							大学外语教学部	第1-4学期实行A、B分层教学		
大学英语2	必试	4	64	64			4											

市场营销专业实践教学计划表

实践类型	课程名称	课程性质	考核方式	学分	学时	各学期周学时分配								课程归属	备注
						第一学年		第二学年		第三学年		第四学年			
						1	2	3	4	5	6	7	8		
实验	企业资源计划实验	必	查	2	52		26								第 13-14 周
	跨专业综合实验	必	查	2	52							26			第 1-2 周
实习 (实训)	市场营销专业认知实习	必	查	2	52			26							第 13-14 周
	市场调研实习	必	查	2	52				26						第 14-15 周
	营销策划实践	必	查	2	52						26				第 13-14 周
	网络营销综合实习	必	查	2	52					26					第 13-14 周
	毕业实习	必	查	6	-									√	第 1-6 周
	军事训练	必	查	2	112	√									学生处 (武装部)
社会实践	学年论文/调查报告 1	必	查	0.3	8			√							一、二年级暑期安排，分学期录入成绩
	学年论文/调查报告 2	必	查	0.2	8					√					
	创新创业实践 (课外科技活动)	必	查	3	-	√	√	√	√	√	√	√	√		分散进行，通过认证方式取得，在第 7 学期统一录入成绩
	劳动教育 (理论与实践)	必	查	1	8		√								原则上安排在周末或假期进行，第 7 学期录入成绩。
		必	查		8			√							
必		查	8						√						
必		查	8								√				
毕业论文 (设计)	毕业论文 (设计)	必	查	8	-								√	第 7-14 周	
合计				32.5	472	0	52	52	52	52	52	52			