

市场营销专业（国际班）本科人才培养方案

（专业代码 120202）

一、培养目标

本专业秉承“格物致知，明体达用”的院训，肩负“植根中国管理实践，培养国际商业英才”的使命，满足首都北京国际城市发展需要，培养具有全球视野和国际市场营销理念，具有扎实的市场营销理论基础和实践能力，拥有良好的沟通能力，富有创新和创业精神、业务能力强、适应面宽，能够胜任在金融、传媒、文化创意、国际零售等现代服务业和跨国工商企业从事国内和国际市场开发、渠道管理、顾客管理、公关策划和咨询服务等工作的应用型、复合型专门人才。

二、培养要求

1. 系统掌握经济学、管理学、市场营销学的基本理论和前沿发展；熟练应用英文了解国际市场营销动态；熟悉国内外工商企业经营管理和市场营销工作所需的财会、金融、计算机、数学等方面的基本知识；掌握市场营销调研与数据分析方法；具有人文、社会和学科素养，具有扎实的专业基础，较宽的知识面和知识结构。

2. 具备分析和解决本专业实际问题的能力；具备较强的信息处理能力；具备较好的语言表达和沟通协调能力；掌握一门外语，能够熟练运用计算机和营销实务方面的应用软件，能够迅速适应实际工作岗位的要求。

3. 具有强烈的社会责任感和法律意识；具有良好的职业道德素养、健康的心理和体魄；了解市场营销动态，具有宽广的国际视野，熟悉国际惯例，顺应国际化趋势。

三、培养特色

1. **突出国际化营销人才培养。**在国际化培养模式上，着力培养具有国际化经营意识、文化意识和沟通意识，具有突出跨国营销能力的复合型人才。本专业主要核心专业课程实行全英文和双语教学，为此，除本校具有留学经验的优秀教师授课外，还将聘请美、英、日等国际著名高校的优秀师资，以及国际著名公司的高层管理人员为学生授课。在国际化交流方面，本专业通过与英国、爱尔兰、加拿大、美国、日本等交流学校的合作，提供多样性的合作办学、短期交流、修学旅行、国际化实习等丰富多彩交流活动。

2. **强化高端服务业营销。**本专业在重视市场营销学、消费者行为学等专业基础课教学的同时，特别针对高端服务业的发展设置了奢饰品营销、国际零售管理、国际商务、国际供应链管理、渠道管理、网络营销等课程，引入具有实践特色的营销模拟课程，在实战模拟中提升学生的市场营销能力。

四、主要课程

经济学、管理学（英文）、会计学、统计学、财务管理学、管理信息系统、市场营销学（英文）、国际市场营销（英文）、国际商务（双语）、消费者行为学（双语）、服务营销（双语）、营销渠道管理（双语）、定价策略、市场营销调研、广告理论与实务、跨文化沟通等。

五、学制与学位

本专业基本学制为四年，实行弹性修业年限制度，学生在校修业年限可以提前至三年或延长至六年，修满规定的学分准予毕业。符合学士学位授予条件者，授予管理学学士学位。

六、总学分一览表

总学分一览表

总学分	教学方式				理论与实践教学比例(%)	
164	课堂教学环节	140	理论教学	134	理论教学	82
			实验教学	6	实践教学	18
	课外教学环节	24	实习、军训等	24		

七、课堂教学学时分配表

课堂教学学时分配表

课程类别	门数	总学时	总学分	比例(%)
公共基础课	19	816	51	36
学科基础课	9	400	25	18
专业课	9	352	22	16
专业选修课			28	20
通选课			14	10
合计			140	100

八、实践教学环节一览表

实践教学环节一览表

类别	实践环节	学期安排	周数	学时	学分
实习类	军训（含军事理论课）	1	3		2
	认知实习	4	3		2
	专业实习	6	3		2
	毕业实习	8	8		5
	毕业论文（设计）	8	8		5
素质类	创新学分				2
	第二课堂				2
思想政治类	思想道德修养与法律基础	1			1
	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	2			2
	马克思主义基本原理	3			1
专业实验类	计算机应用基础	1		16	1
	数据库应用	2		16	1
	商务谈判	5		16	1
	营销模拟	6		32	2
	客户关系管理	6		16	1
合 计					30

九、教学计划表

市场营销专业（国际班）本科学分制指导性教学计划表

课程性质	课程类型	序号	课程代码	课程名称	学期课程周学时								学分数	总学时	课时分配		课程承担单位	考试类型
					1	2	3	4	5	6	7	8			课堂	实验		
必修课	公共基础课	1	060042B	思想道德修养与法律基础	2								2	32	32		马克思主义学院	考查
		2	060041B	大学生心理健康	1								1	16	16		马克思主义学院	考查
		3	060024A	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论		4							4	64	64		马克思主义学院	考试
		4	060012A	马克思主义基本原理			2						2	32	32		马克思主义学院	考试
		5	060051B	形势与政策			1						1	16	16		马克思主义学院	考查
		6	060062B	中国近现代史纲要				2					2	32	32		马克思主义学院	考查
		7	130576A	大学英语综合 I	6								6	96	96		外语系	考试
		8	130586A	大学英语综合 II		6							6	96	96		外语系	考试
		9	150011B	体育 I	2								1	32	32		体育部	考查
		10	150021B	体育 II		2							1	32	32		体育部	考查
		11	150031B	体育 III			2						1	32	32		体育部	考查
		12	150041B	体育 IV				2					1	32	32		体育部	考查
		13	120014A	微积分 I	4								4	64	64		统计学院	考试
		14	120024A	微积分 II		4							4	64	64		统计学院	考试
		15	120043A	线性代数			3						3	48	48		统计学院	考试
		16	120074A	概率论与数理统计				4					4	64	64		统计学院	考试
		17	070013A	计算机应用基础	2+1								3	48	32	16	信息学院	考试
		18	070033B	数据库应用		2+1							3	48	32	16	信息学院	考查
		19	060142B	应用写作			2						2	32	32		文传学院	考查
小计					18	19	10	8				51	816	784	32			
必修课	学科基础课	20	030022B	政治经济学	2							2	32	32		经济学院	考查	
		21	030123A	微观经济学		3						3	48	48		经济学院	考试	
		22	030072B	宏观经济学			2					2	32	32		经济学院	考查	
		23	070063B	管理信息系统			3					3	48	48		信息学院	考查	
		24	040033A	会计学			3					3	48	48		会计学院	考试	
		25	040013A	财务管理学				3				3	48	48		会计学院	考试	
		26	120263A	统计学					3			3	48	48		统计学院	考试	

市场营销专业（国际班）本科学分制指导性教学计划表

课程性质	课程类型	序号	课程代码	课程名称	学期课程周学时								学分数	总学时	课时分配		课程承担单位	考试类型	
					1	2	3	4	5	6	7	8			课堂	实验			
必修课	学科基础课	27	021113A	管理学（英语）	3								3	48	48		工商学院	考试	
		28	021023A	市场营销学（英语）		3								3	48	48		工商学院	考试
		小计				5	6	8	3	3				25	400	400			
	专业课	29	020132A	定价策略					2				2	32	32		工商学院	考试	
		30	020413A	消费者行为学（双语）			3						3	48	48		工商学院	考试	
		31	021153A	国际市场营销（英语）				3					3	48	48		工商学院	考试	
		32	020353A	市场营销调研						3			3	48	48		工商学院	考试	
		33	020153A	服务营销（双语）				3					3	48	48		工商学院	考试	
		34	060412B	广告理论与实务							2			2	32	32		文传学院	考查
		35	030252B	国际商务(双语)								2		2	32	32		经济学院	考查
		36	021882B	营销渠道管理（双语）				2						2	32	32		工商学院	考查
		37	130542B	跨文化交际					2					2	32	32		外语系	考查
	小计						3	8	4	3	4		22	352	352				
	必修课合计				23	25	21	19	7	3	4		98	1568	1536	32			
	选修课	模块一，至少选修12学分																	
		38	022252B	国际零售管理				2					2	32	32		工商学院	考查	
		39	022262B	奢侈品营销				2					2	32	32		工商学院	考查	
		40	020462B	电子商务（双语）					2				2	32	32		工商学院	考查	
		41	020342B	商务谈判					1+1				2	32	16	16	工商学院	考查	
42		020052B	公共关系学					2				2	32	32		工商学院	考查		
43		021012B	销售管理					2				2	32	32		工商学院	考查		
44		021132B	物流与供应链管理（双语）							2			2	32	32		工商学院	考查	
45		029212B	客户关系管理（双语）							1+1			2	32	16	16	工商学院	考查	
46		020864B	营销模拟（限选）							2+2			4	64	32	32	工商学院	考查	
小计							4	8	8			20	320	256	64				
模块二，至少选修8学分																			
47	020742B	企业战略管理					2					2	32	32		工商学院	考查		

市场营销专业（国际班）本科学分制指导性教学计划表

课程性质	课程类型	序号	课程代码	课程名称	学期课程周学时								学分数	总学时	课时分配		课程承担单位	考试类型	
					1	2	3	4	5	6	7	8			课堂	实验			
选修课		48	020312B	企业伦理					2				2	32	32		工商学院	考查	
		49	020432B	运营管理					2				2	32	32		工商学院	考查	
		50	020772B	网络营销					2				2	32	32		工商学院	考查	
		51	050022B	人力资源管理						2			2	32	32		劳经学院	考查	
		52	020502B	创业学						2			2	32	32		劳经学院	考查	
		53	020492B	创新管理						2			2	32	32		工商学院	考查	
		54	020142B	饭店管理							2		2	32	32		工商学院	考查	
		55	020612B	管理学研究方法							2		2	32	32		工商学院	考查	
		小计								8	6	4		18	288	288	0		
		模块三，至少选修6学分																	
		56	100082B	商法学							2			2	32	32		法学院	考查
		57	112202B	金融学							2			2	32	32		金融学院	考查
		58	030182B	国际贸易								2		2	32	32		经济学院	考查
		59	030082B	计量经济学								2		2	32	32		经济学院	考查
		60	042202B	财务报表分析								2		2	32	32		会计学院	考查
		小计									4	6		10	160	160			
		上述专业选修课合计至少要选够28学分，448学时。																	
	专业选修课合计								4	16	18	10		48	768	704	64		
	总计					23	25	21	23	23	21	14		146	2336	2240	96		
	通选课			人文社会科学类	见学校公布通选课名单，2-7学期修课								8				与本专业教学计划所列课程相类似的通选课不得选修		
			数学与科技类	见学校公布通选课名单，2-7学期修课															
			语言与文学类	见学校公布通选课名单，2-7学期修课															
			健康与艺术类	见学校公布通选课名单，2-7学期修课															
			学生发展辅导类	见学校公布通选课名单，2-7学期修课															
			经济与管理类	见学校公布通选课名单，2-7学期修课															
			校际选修类（含网络通识课、短期国际交流、校外选修等）	见学校公布通选课名单，2-7学期修课								4							

市场营销专业（国际班）本科学分制指导性教学计划表

课程性质	课程类型	序号	课程代码	课程名称	学期课程周学时								学分数	总学时	课时分配		课程承担单位	考试类型
					1	2	3	4	5	6	7	8			课堂	实验		
选修课	通选课			暑期国际学校	见学校公布通选课名单，2-7学期修课								2				与本专业教学计划所列课程相类似的通选课不得选修	
		小计												14				







