

市场营销专业本科人才培养方案

(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，培育能适应首都和全国社会经济发展需要，富有创新和创业精神，具有扎实、全面的市场营销理论基础和操作技能，在金融、传媒、信息、文化创意产业等现代服务业和工商企业从事市场开发、营销管理、市场分析、公关策划、咨询服务等工作，德智体全面发展的，有市场营销创新意识和发展能力的应用型、复合型高级专门人才。

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；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；把握行业发展前沿问题；掌握全面营销业务技能；熟悉相关政策和法规；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；了解经济管理学科动态，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. **注重实践能力的培养。**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，加大技能课程在教学计划中的比重，引导学生参加课内外实践活动。加强专业选修课中学生营销技能的培养，重新设置零售管理、客户关系管理、商务谈判等课程的实践内容，引入具有实践特色的营销模拟课程作为专业课，在实战模拟中提升学生的市场营销能力，并为学生就业提供有效的帮助。

2. **突出现代服务业市场营销特色。**课程设置中在强调传统工商企业市场营销专业知识的同时，系统设置了市场调研、营销渠道管理、品牌管理、国际商务

等与现代服务企业市场营销密切相关的课程群。

四、主要课程

经济学、管理学、市场营销学（双语）、会计学、统计学、财务管理学、管理信息系统、消费者行为学（双语）、市场营销调查、定价策略、广告理论与实务、营销模拟、零售管理、国际市场营销等。

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	133	理论教学
实验教学				7	实践教学	19
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	21	944	53	38
学科基础课	9	400	25	18
专业课	8	320	20	14
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
	零售管理	6		16	1
	客户关系管理	6		16	1
	营销模拟	7		32	2
合 计					31

九、教学计划表

市场营销专业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	130014A	大学英语 I	4									4	64	64		外语系	考试
		8	130024A	大学英语 II		4								4	64	64		外语系	考试
		9	130034A	大学英语 III			4							4	64	64		外语系	考试
		10	130042A	大学英语 IV				2						2	32	32		外语系	考试
		11	150011B	体育 I	2									1	32	32		体育部	考查
		12	150021B	体育 II		2								1	32	32		体育部	考查
		13	150031B	体育 III			2							1	32	32		体育部	考查
		14	150041B	体育 IV				2						1	32	32		体育部	考查
		15	120014A	微积分 I	4									4	64	64		统计学院	考试
		16	120024A	微积分 II		4								4	64	64		统计学院	考试
		17	120043A	线性代数			3							3	48	48		统计学院	考试
		18	120074A	概率论与数理统计				4						4	64	64		统计学院	考试
		19	070013A	计算机应用基础	2+1									3	48	32	16	信息学院	考试
		20	070033B	数据库应用					2+1					3	48	32	16	信息学院	考查
		21	060142B	应用写作			2							2	32	32		文传学院	考查
小计					16	14	14	10	3			53	912	912	32				
必修课	学科基础课	22	030022B	政治经济学	2								2	32	32		经济学院	考查	
		23	020013A	管理学	3								3	48	48		工商学院	考试	
		24	020033A	市场营销学		3							3	48	48		工商学院	考试	
		25	030123A	微观经济学		3							3	48	48		经济学院	考试	
		26	030072A	宏观经济学			2						2	32	32		经济学院	考试	

市场营销专业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	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	070063B	管理信息系统						3			3	48	48		信息学院	考查	
		28	040033A	会计学			3						3	48	48		会计学院	考试	
		29	040013A	财务管理学				3					3	48	48		会计学院	考试	
		30	120263A	统计学					3				3	48	48		统计学院	考试	
		小计				5	6	5	3	3	3			25	400	400			
	专业课	31	020182B	国际市场营销				2					2	32	32		工商学院	考查	
		32	020152B	服务营销					2				2	32	32		工商学院	考查	
		33	021412A	消费者行为学（双语）				2					2	32	32		工商学院	考试	
		34	020132A	定价策略					2				2	32	32		工商学院	考试	
		35	020243A	零售管理							2+1		3	48	32	16	工商学院	考试	
		36	020353A	市场营销调研							3		3	48	48		工商学院	考试	
		37	020864B	营销模拟								2+2	4	64	32	32	工商学院	考查	
		38	060412B	广告理论与实务				2					2	32	32		文传学院	考查	
		小计							4	4	6	4		20	256	208	48		
	必修课合计					21	20	19	19	10	9	4		98	1568	1520	80		
	选修课	模块一，至少选修12学分																	
		39	020712B	品牌管理							2		2	32	32		工商学院	考查	
		40	020872B	营销渠道管理				2					2	32	32		工商学院	考查	
		41	021012B	销售管理					2				2	32	32		工商学院	考查	
42		020462B	电子商务（双语）					2				2	32	32		工商学院	考查		
43		020342B	商务谈判						1+1			2	32	16	16	工商学院	考查		
44		020402B	物流与供应链管理							2		2	32	32		工商学院	考查		
45		020212B	客户关系管理							1+1		2	32	16	16	工商学院	考查		
46		020052B	公共关系学							2		2	32	32		工商学院	考查		
47		030252B	国际商务								2	2	32	32		经济学院	考查		
小计							2	6	6	4		18	256	224	32				
模块二，至少选修10学分																			

市场营销专业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			
专业选修课		48	020742B	企业战略管理					2				2	32	32		工商学院	考查	
		49	020312B	企业伦理					2				2	32	32		工商学院	考查	
		50	020432B	运营管理					2				2	32	32		工商学院	考查	
		51	020772B	网络营销					2				2	32	32		工商学院	考查	
		52	050022B	人力资源管理						2			2	32	32		劳经学院	考查	
		53	020502B	创业学						2			2	32	32		工商学院	考查	
		54	020492B	创新管理						2			2	32	32		工商学院	考查	
		55	020142B	饭店管理							2		2	32	32		工商学院	考查	
		56	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			
	模块三，至少选修6学分																		
		57	100082B	商法学							2			2	32	32		法学院	考查
		58	112202B	金融学							2			2	32	32		金融学院	考查
		59	030182B	国际贸易								2		2	32	32		经济学院	考查
		60	030082B	计量经济学								2		2	32	32		经济学院	考查
		61	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								2	14	16	14		46	704	672	32		
	总计					21	20	19	21	24	25	18		144	2272	2192	112		
	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								10				与本专业教学计划所列课程相类似的通选课不要选修		
			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															

市场营销专业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			校际选修类（含网络通识课、短期国际交流、校外选修、暑期国际学校等）	网络通识课见学校公布名单								4				与本专业教学计划所列课程相类似的通选课不要选修	
		小计												14				