

市场营销 (国际班) 专业本科人才培养方案

(120202)

一、培养目标

本专业秉承“厚德精业，守正出新”的价值观，肩负“植根管理实践，探索商学前沿，培养卓越商才，服务社会发展”的使命，培养具有社会主义核心价值观，适应经济全球化发展需要，具有良好的综合素质和现代市场营销的理论知识及技能，具有较强的创业创新能力和营销实践能力，具备良好的团队合作精神和人际沟通能力，具有良好的国际视野和战略眼光，既能够立足本土又能适应海外发展的国际化、应用型营销管理人才。

二、毕业要求

1. 掌握马克思主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系；具有良好的思想品德、社会公德和个人修养；具有爱岗敬业、遵纪守法和团结合作的品质；具有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感；
2. 系统掌握经济与管理学科的基础知识和市场营销的基本理论与方法，掌握企业管理的规律和特点，能够将所学知识用于解释、分析和评价企业市场营销实践中的具体现象和问题，并能够形成解决方案；
3. 具有较好的语言与文字表达能力，熟练应用一门外国语，能够使用书面和口头表达方式与国内外业界同行、社会公众就本专业领域现象和问题进行有效沟通与交流；
4. 能够熟练运用计算机和管理实务方面的应用软件，对市场营销专业领域数据信息进行收集和分析处理，能够迅速适应实际工作岗位的要求；
5. 具有较强社会适应能力和学习能力，具有自主学习和终身学习意识。具有宽广的国际视野，熟悉国际惯例，顺应国际化趋势；
6. 具有扎实的专业基础，宽泛的知识面和知识结构，了解国内外经济管理学科动态，具备分析和解决市场营销专业实际问题的能力；

7. 具有人文素养、科学精神和社会责任感，熟悉市场营销专业领域相关政策及法律、法规，能够在本专业领域实践活动中理解并遵守职业道德和职业规范，具有良好的职业道德素养、健康的心理和体魄。

三、培养特色

1. 突出国际化营销人才培养。本专业主要核心专业课程实行全英文和双语教学。在国际化交流方面，依托学校平台资源，通过与英国、爱尔兰、加拿大、美国、日本等国家高校的合作，提供合作办学、短期交流、修学旅行、国际化实习等丰富多彩的国际交流活动。

2. 注重学生实践创新能力的培养。课程体系注重学生营销技能的培养，重新规划客户关系管理、商务谈判等课程的实践教学模块，引入具有实践特色的营销模拟课程作为专业必修课，在实战模拟中提升学生的实践创新能力。在课外实践方面，与多家知名企业建立战略合作伙伴关系，给学生提供了实战平台。

3. 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、客户关系管理、服务营销、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、核心课程

管理学（英语）、经济学原理、管理信息系统、财务管理学、统计学、市场营销学（英语）、会计学、运营管理、消费者行为学（英语）、市场营销调研、品牌管理、国际零售管理、国际市场营销（英语）、服务营销（英语）、客户关系管理（英语）、营销模拟等。

五、学制和学位

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、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 (%)	
159	课堂教学环节	137	理论教学	130	理论教学	82
			实验教学	7	实践教学	18
	课外教学环节	22	实习、军训等	22		

课堂教学学时分配表

课程类别	门数	总学时	总学分	比例 (%)
通识教育必修课	19	880	51	37
学科基础课	8	384	24	18
专业必修课	8	352	22	16
专业选修课			20	15
通识教育选修课			14	10
个性化课程			6	4
合计			137	100

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		4
	毕业论文 (设计)	8	8		4
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

	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论				2
	马克思主义基本原理概论				1
专业实验类	计算机应用	1		16	1
	数据库应用	2		16	1
	管理信息系统	4		16	1
	营销模拟	4		32	2
	商务谈判	5		16	1
	客户关系管理	5		16	1
合计					29

七、本科学分制指导性教学计划表

市场营销（国际班）专业本科学分制指导性教学计划表

课程类型	序号	课程代码	课程名称 (中英文)	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		
通识教育 必修课程	1	060042B	思想道德修养与法律基础 Ideological and Moral Education & Elements of Law	2								2	32	32		马克思主义学院	考查
	2	060024A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 Introduction to Mao Zedong Thought and Socialism Theoretical System with Chinese Characteristic		4							4	64	64		马克思主义学院	考试
	3	060012A	马克思主义基本原理概论 Introduction to the basic principles of Marxism			2						2	32	32		马克思主义学院	考试
	4	060062B	中国近现代史纲要 Chinese Modern and Contemporary History				2					2	32	32		马克思主义学院	考查
	5	060051B	形势与政策 Situation and Policy			1						1	16	16		马克思主义学院	考查
	6	060041B	大学生心理健康 College Students Mental Health Course Description	1								1	16	16		马克思主义学院	考查
	7	130576A	大学英语综合 I College English I	6								6	96	96		外国语学院	考试
	8	130586A	大学英语综合 II College English II		6							6	96	96		外国语学院	考试
	9	120014A	微积分I Calculus I	4								4	64	64		统计学院	考试
	10	120024A	微积分II Calculus II		4							4	64	64		统计学院	考试
	11	120043A	线性代数 Linear Algebra		3							3	48	48		统计学院	考试
	12	120074A	概率论与数理统计 Probability theory and Mathematics Statistics			4						4	64	64		统计学院	考试
	13	150011B	体育I College Physical Education I	2								1	32	32		体育部	考查
	14	150021B	体育II College Physical Education II		2							1	32	32		体育部	考查
	15	150031B	体育III College Physical Education III			2						1	32	32		体育部	考查
	16	150041B	体育IV College Physical Education IV				2					1	32	32		体育部	考查
	17	071203A	计算机应用 Computer Application	2+1								3	48	32	16	信息学院	考试
	18	070033B	数据库应用 Database Application		2+1							3	48	32	16	信息学院	考查

市场营销（国际班）专业本科学分制指导性教学计划表

课程类型	序号	课程代码	课程名称 (中英文)	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			
	19	060142B	应用写作 Practical Writing				2				2	32	32		文传学院	考查		
	小计				18	22	9	6				51	880	848	32			
通识教育选修课	创新创业与就业类			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似的课程不得选修；国际班的学生，须至少选修2学分国际暑期学校课程				
	语言与跨文化交流类			见学校公布通选课名单，2-7学期修课														
	国学与历史类			见学校公布通选课名单，2-7学期修课								2						
	健康与艺术类			见学校公布通选课名单，2-7学期修课														
	哲学与伦理类			见学校公布通选课名单，2-7学期修课														
	数学与科技类			见学校公布通选课名单，2-7学期修课														
	法律与公民修养类			见学校公布通选课名单，2-7学期修课														
	校际选修类			含网络课程、国际暑期学校课程以及校外选修课等，2-7学期修课								2						
小计											14	224	224					
学科基础课	20	021113A	管理学（英语） Management (English)	3							3	48	48		工商学院	考试		
	21	030013A	经济学原理 Principles of Economics		3						3	48	48		经济学院	考试		
	22	070163A	管理信息系统 Management Information System				2+1				3	48	32	16	信息学院	考试		
	23	040013A	财务管理学 Financial Management				3				3	48	48		会计学院	考试		
	24	120263A	统计学 Statistics				3				3	48	48		统计学院	考试		
	25	020433A	运营管理 Operation Management				3				3	48	48		工商学院	考试		
	26	021023A	市场营销学（英语） Marketing (English)			3					3	48	48		工商学院	考试		
	27	040033A	会计学 Accounting			3					3	48	48		会计学院	考试		
	小计				3	3	6	12				24	384	368	16			
28	021153A	国际市场营销（英语） International Marketing (English)							3		3	48	48		工商学院	考试		
29	021373A	服务营销（英语） Service Marketing (English)						3			3	48	48		工商学院	考试		
30	021313A	消费者行为学（英语） Consumer Behavior (English)			3						3	48	48		工商学院	考试		
31	020712A	品牌管理 Brand Management							2		2	32	32		工商学院	考试		

市场营销（国际班）专业本科学分制指导性教学计划表

课程类型	序号	课程代码	课程名称 (中英文)	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		
专业必修课	32	022252B	国际零售管理 International Retail Management					2				2	32	32		工商学院	考查
	33	020353A	市场营销调研 Marketing Research			3						3	48	48		工商学院	考试
	34	020864B	营销模拟 Marketing Simulation				2+2					4	64	32	32	工商学院	考查
	35	021382A	客户关系管理（英语） Customer Relationship Management (English)					1+1				2	32	16	16	工商学院	考试
	小计						6	4	7	3	2		22	352	304	48	
专业选修课	36	020342B	商务谈判 Business Negotiation					1+1				2	32	16	16	工商学院	考查
	37	020872B	营销渠道管理 Marketing Channel Management							2		2	32	32		工商学院	考查
	38	021012B	销售管理 Sales Management					2				2	32	32		工商学院	考查
	39	020052B	公共关系学 Public Relations							2		2	32	32		工商学院	考查
	40	100082B	商法学 Commercial Law							2		2	32	32		法学院	考查
	41	030252B	国际商务（双语） International Business (Bilingual)								2	2	32	32		经济学院	考查
	42	020312B	企业伦理 Business Ethics							2		2	32	32		工商学院	考查
	43	050022B	人力资源管理 Human Resource Management							2		2	32	32		劳经学院	考查
	44	020742B	企业战略管理 Corporation Strategic Management					2				2	32	32		工商学院	考查
	45	020232A	跨国公司管理（双语） MNC Management (Bilingual)					2				2	32	32		工商学院	考试
	46	020492B	创新管理 Innovation Management							2		2	32	32		工商学院	考查
	47	020612A	管理学研究方法（双语） Research Method in Management (Bilingual)							2		2	32	32		工商学院	考试
	48	020462B	电子商务（双语） E-Commerce (Bilingual)					2				2	32	32		工商学院	考查
	49	020772B	网络营销 Network Marketing					2				2	32	32		工商学院	考查
	50	020632B	互联网商务模式与创新 Internet Business Model and Innovation							2		2	32	32		工商学院	考查

市场营销（国际班）专业本科学分制指导性教学计划表

课程类型	序号	课程代码	课程名称 (中英文)	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		
	51	021132B	物流与供应链管理（双语） Logistics and Supply Chain Management (Bilingual)					2				2	32	32		工商学院	考查
	52	020622B	国际物流 International Logistics							2		2	32	32		工商学院	考查
	53	020812B	项目管理 Project Management							2		2	32	32		工商学院	考查
小计								14	20	2		36	576	560	16		
上述专业选修课合计至少要选够20 学分，320学时																	
专业选修课合计								14	20	2		36	576	560	16		
必修课合计				21	25	21	22	7	3	2		97	1616	1520	96		
个性化教育	个性化课程	≥6学分，可在本专业培养方案以外的专业课程（含专业必修课和专业选修课）中选择，与本专业教学计划所列课程相似的课程不得选修															
		小计											6	96	96		
总计				21	25	21	22	21	23	4		153	2512	2400	112		

八、经典阅读书目及期刊目录

(1) 专著

- [1] 艾·里斯, 杰克·特劳特. 《定位》[M]. 机械工业出版社, 2013.
- [2] 科特勒等著, 卢泰宏、高辉译. 《营销管理》[M]. 中国人民大学出版社, 2009.
- [3] 科特勒, 阿姆斯特朗著, 郭国庆译. 《市场营销原理》[M]. 清华大学, 2013.
- [4] 洛夫洛克·沃茨著, 谢晓燕、赵伟韬译. 《服务营销》[M]. 中国人民大学出版社, 2010.
- [5] 沃伦·J. 基根、马克·C. 格林著, 傅慧芬等译. 《全球营销》[M]. 中国人民大学出版社, 2015.
- [6] 凯勒著, 吴水龙等译. 《战略品牌管理》[M]. 中国人民大学出版社, 2014.
- [7] 蒂姆·史密斯. 《定价策略》[M]. 中国人民大学出版社, 2015.
- [8] 所罗门著, 卢泰宏、杨晓燕译. 《消费者行为学》[M]. 中国人民大学出版社, 2009.
- [9] 艾丽斯·M、泰伯特、博经·J·考尔德著, 康蓉、吴越译. 《凯洛格营销论》[M]. 商务印书馆, 2014.
- [10] Kapferer、J.N.、Bastien 等著, 谢绮红译. 《奢侈品战略》[M]. 机械工业出版社, 2014.
- [11] 奥格·曼狄诺著, 安辽译. 《世界上最伟大的推销员》[M]. 世界知识出版社, 2014.
- [12] 卡耐基著, 林杰译. 《人性的弱点》[M]. 北京联合出版公司, 2015.
- [13] A·里斯 J·特劳特. 《营销战》[M]. 中国财经出版社, 2002.
- [14] 柯林斯等著, 邓盛华译. 《最大化营销》[M]. 中国标准出版社, 2003.
- [15] 伯恩斯、布什著, 于洪彦、金钰译. 《营销调研》[M]. 中国人民大学出版社, 2015.
- [16] 迈克尔·波特著, 陈丽芳译. 《竞争战略》[M]. 中信出版社, 2014.
- [17] W·钱·金, 勒妮·莫博涅. 《蓝海战略》[M]. 商务印书馆, 2016.
- [18] A·里斯 J·特劳特. 《营销战》[M]. 中国财经出版社, 2002.

[19] 马尔科姆·麦克唐纳.《营销策划：理念 步骤 方法》[M].中国铁道出版社,2016.

[20] 舒尔茨等著,吴磊等译.《新整合营销》[M].水利水电出版社,2004.

[21] 伯特·罗森布洛姆著,宋华等.《营销渠道：管理的视野》[M].中国人民大学出版社,2014.

[22] 赫舒拉发等著,李俊慧、周燕译.《价格理论及其应用：决策、市场与信息》[M].机械工业出版社,2009.

(2) 期刊

[1] 管理类,管理世界.

[2] 管理类,南开管理评论

[3] 管理类,中国软科学

[4] 管理类,管理科学学报.

[5] 管理类,科研管理

[6] 管理类,外国经济与管理

[7] 管理类,管理评论.

[8] 管理类,管理学报

[9] 管理类,中国管理科学

[10] 管理类,经济管理

[11] 经济类,中国工业经济

[12] 经济类,经济理论与经济管理

[13] 心理学类,心理学报

[14] 综合性社科类,中国社会科学

[15] 营销类,营销科学学报

[16] 营销类, Advances in Consumer Research

[17] 营销类, Journal of Advertising

[18] 营销类, European Journal of Marketing

[19] 营销类, International Marketing Review

- [20] 营销类, Journal of Marketing
- [21] 营销类, Journal of Marketing Research
- [22] 营销类, Journal of Consumer Research
- [23] 营销类, Journal of Advertising Research
- [24] 营销类, Journal of Retailing
- [25] 营销类, Journal of the Academy of Marketing Science
- [26] 营销类, Journal of Personality & Social Psychology

九、培养目标与毕业要求矩阵图

培养目标 毕业要求	具有正 确社会 主义核 心价值 观	适应经 济全球 化发展 需要	具有良好的 综合素质和 现代市场营 销的理论知 识及技能	具有较强 的创业创 新能力和 营销实践 能力	具备良好 的团队合 作精神和 人际沟通 能力	具有良好 的国际视 野和战略 眼光
掌握马克思主 义、毛泽东思想 和中国特色社会 主义理论体系	H	H	L	L	L	L
系统掌握经济与 管理学科的基础 知识和市场营销 的基本理论与方 法	H	H	H	H	L	M
具有较好的语言 与文字表达能 力, 熟练应用一 门外国语	H	M	M	M	H	H

能够熟练运用计算机和管理实务方面的应用软件	H	H	M	M	M	M
具有较强社会适应能力和学习能力，具有自主学习和终身学习意识。	H	H	H	H	L	H
具有扎实的专业基础，较宽的知识面和知识结构，具备分析和解决市场营销专业实际问题的能力。	H	H	H	H	M	M
具有人文素养、科学精神和社会责任感，熟悉市场营销专业领域相关政策及法律、法规。	H	H	H	H	M	H

注：空格处填入 H、M 或 L，其中 H 表示高相关性，M 表示中相关性，L 表示低相关性。

计算机应用	√	√		√			
数据库应用	√	√		√			
应用写作	√	√	√				
管理学（英语）	√	√	√	√	√	√	√
市场营销学（英语）	√	√	√	√	√	√	√
微观经济学	√	√	√			√	√
运营管理	√	√		√	√	√	√
管理信息系统	√	√		√	√	√	√
会计学	√	√		√		√	√
财务管理学	√	√				√	√
统计学	√	√		√	√		√
国际市场营销（英语）	√	√	√	√	√	√	√
服务营销（双语）	√	√	√	√	√	√	√
消费者行为学（双语）	√	√	√	√	√	√	√
品牌管理	√	√	√	√	√	√	√
国际零售管理	√	√	√	√	√	√	√
市场营销调研	√	√	√	√	√	√	√
营销模拟	√	√	√	√	√	√	√
客户关系管理（双语）	√	√	√	√	√	√	√

十一、课程修读流程图



