

市场营销专业培养方案

专业代码：**110202**

专业名称：**市场营销**

Marketing

마케팅

一、**培养目标**：本专业培养具有工商管理、经济、法律等理论基础和系统的市场营销专业知识及管理能力和在企事业单位、市场中介部门及政府部门从事市场营销与管理以及教学、科研方面的专门人才。

二、**业务培养要求**：本专业学生主要学习市场营销及工商管理方面的基本理论和基本知识，具有分析和解决营销问题的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

- 1、掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；
- 2、掌握市场营销的定性、定量分析方法
- 3、具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力；
- 4、熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规及了解国际市场营销的惯例和规则；
- 5、了解本学科的理论前沿及发展动态；
- 6、掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研

究和实际工作能力。

三、主干学科、专业方向、专业特色

1、主干学科：管理学。

2、专业方向：市场营销。

3、专业特色：培养学生具有较强的实践工作能力和创新能力的应用性复合型市场营销管理人才。

四、修业年限：四年。

五、授予学位：管理学学士。

六、毕业条件：

- 1、具备良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准。
- 2、通过培养方案规定的全部教学环节，毕业生在校期间应修满 160 学分，其中普通教育课 51 学分，学科基础课 36 学分，专业必修课 38 学分，专业任选课 18 学分，相近专业选修课 10 学分，实践环节 7 学分。
- 3、毕业论文成绩达到及格或及格以上；外语等级考试达到四级或四级以上；计算机考试达到省一级或一级以上；课外培养计划完成 6 学分。

七、市场营销专业课程设置表

课	课	课程编码	课程名称	学	总	学时分配	开课
---	---	------	------	---	---	------	----

程 类 别	程 性 质			分	学 时	讲 授	实 验	实 习	学 期
普 通 教 育 课 程	必 选 课	00010010 03	马克思主义哲 学原理	2	48	48	--	--	3
		00010010 02	毛泽东思想概 论	2	48	32	8	8	2
		00010010 05	邓小平理论概 论	3	64	40	12	12	5
		00010010 01	思想品德与修 养	2	32	20	6	6	1
		00010010 04	法律基础	1	32	20	6	6	4
		00010010 07	当代世界经济 与政治	1	32	20	6	6	7
		00090010 01	军事理论	--	32	32	--	--	1
		00020010 01	大学英语 1	4	96	96	--	--	1
		00020010 02	大学英语 2	4	96	96	--	--	2

00020010 03	大学英语 3	4	64	64	--	--	3
00010010 04	大学英语 4	4	64	64	--	--	4
00010010 05	大学日语 1	4	96	96	--	--	1
00010010 06	大学日语 2	4	96	96	--	--	2
00010010 07	大学日语 3	4	64	64	--	--	3
00010010 08	大学日语 4	4	64	64	--	--	4
00060010 01	大学体育 1	1	32	32	--	--	1
00060010 02	大学体育 2	1	32	32			2
00060010 03	大学体育 3	1	32	32			3
00060010 04	大学体育 4	1	32	32			4

		00080010 01	计算机文化基 础 A	2	32	32			1
		00080010 01	计算机文化基 础 B	2	48	48			2
		00070010 01	大学语文 1	2	32	32	--	--	1
		00070010 01	大学语文 2	2	32	32			2
		合计 10 门课		39	88 0	80 4	38	32	----
	任 选 课	学生应修 12 学分							
学 科 基 础 课 程	必 选 课	00030010 05	大 学 数 学 (二)	6	96	96	--	--	1
		00030010 06	线性代数	2	32	32		--	2
		00030010 07	概率论与数理 统计	4	64	64			3
		02010120 01	政治经济学	4	64	64			1

		11020120 01	管理学原理	4	64	64			2
		11020320 01	会计学原理	4	64	64			4
		02010120 02	微观经济学	4	64	64			3
		02010120 03	宏观经济学	4	64	64			4
		02010120 10	统计学原理	4	64	64			5
		合计 9 门课		36	57 6	57 6			
专 业 课	必 选 课	11020230 01	市场营销学	4	64	64			2
		11020230 03	市场调查与预 测	4	64	64			3
		11020230 04	消费者行为学	3	64	64			3
		11020230 02	国际市场营销	3	64	64			4

程	11020230 05	营销渠道管理	4	64	64			4
	02010130 40	经济法	3	64	64			5
	11020230 06	广告策划与管理	4	64	64			5
	11020230 07	市场营销战略管理	4	64	64			6
	11020330 01	财务管理	3	64	64			6
	11010230 01	管理信息系统	4	64	64			7
	11020130 17	管理英语 1	1	32	64			5
	11020130 18	管理英语 2	1	32	64			6
	11020130 19	管理日语 1	1	32	64			5
	11020130 20	管理日语 2	1	32	64			6

		合计 11 门课		38	70 4			
专 业 任 选 课	02010240 05	国际贸易	2	32	32			5
	02010240 07	国际金融	2	32	32			5
	11020240 10	新产品开发营 销	2	32	32			5
	11020140 15	企业伦理学	2	32	32			5
	11020240 07	品牌营销	2	32	32			6
	11020240 14	公共关系	2	32	32			6
	11020240 08	服务营销	2	32	32			6
	11020140 27	生产与运作管 理	2	32	32			6
	11020140 05	人力资源管理	2	32	32			6

专 业 课 程	11020240 11	市场营销专题	2	32	32			7	
	11020140 09	商务谈判	2	32	32			7	
	11010240 06	电子商务	2	32	32			7	
	11020240 12	金融市场营销	2	32	32			7	
	11020240 13	高新技术市场 营销	2	32	32			7	
	11020140 26	组织行为学	2	32	32			7	
	合计 14 门课程任选 9 门 18 学分								
	工商管理专业模块								
	11020140 05	人力资源管理	2	32	32			5	
	11020140 26	组织行为学	2	32	32			6	
11020140 04	企业家精神与 创业	2	32	32			6		

11020140	企业战略管理	2	32	32			6
02							
11020140	管理思想史	2	32	32			6
06							
11020140	创新管理	2	32	32			7
07							
11020140	项目管理	2	32	32			7
09							
11020140	企业诊断	2	32	32			7
08							
会计学专业模块							
11020340	中级财务会计	2	32	32			5
01							
11020340	成本会计	2	32	32			5
02							
11020340	初级财务管理	2	32	32			6
03							
11020340	会计信息系统	2	32	32			6
05							
11020340	税务会计与税 务筹划	2	32	32			6
06							

11020340 04	会计报表编制 与分析	2	32	32			7
11020340 07	计算机财务管 理	2	32		32		7
经济学专业模块							
0201014 024	财政学	2	32	32			5
0201014 025	证券市场	2	32	32			5
0201014 001	信息经济学	2	32	32			5
0201014 026	产业经济学	2	32	32			6
0201014 004	制度经济学	2	32	32			6
0201014 027	发展经济学	2	32	32			6
0201014 028	计量经济学	2	32	32			7
0201014 023	区域经济学	2	32	32			7

国际经济与贸易专业模块							
0201024 001	国际经济学	2	32	32			5
0201024 005	国际贸易概论	2	32	32			5
0201024 006	世界经济概论	2	32	32			6
0201024 007	国际金融	2	32	32			6
0201024 008	国际贸易实务	2	32	32			6
0201024 004	中国对外贸易概 论	2	32	32			7
0201024 009	国际结算	2	32	32			7
旅游管理专业模块							
1102064 001	旅游学	2	32	32			5
1102064 002	旅游接待礼仪	2	32	32			5

		1102064 003	导游业务与艺术	2	32	32			6
		1102064 004	旅游客源国概况	2	32	32			7
		1102064 005	旅游法规	2	32	32			7
信息管理与信息系统专业模块									
		1101024 001	信息管理学	2	32	32			5
		1101024 002	信息存储与检索	2	32	32			6
		1101024 003	ERP 原理与应用	2	32	32			6
		1101024 004	计算机信息网络	2	32	32			7
		1101024 005	信息产业管理	2	32	32			7
任选一个模块并在此模块中任选 5 门 (10 学分)									
专 业 实 课	必 选	内容		周数	学 分	地点		学期	
		市场营销业务实践		2		州内或市内		6	

实践环节	毕业实习	8	3		8
	毕业论文	6	4		7-8
	大学生就业指导	16 学时 (课 外)	--		2/7
	合计 3 门课	16	7		

八、市场营销专业教学计划安排表

学期	课程编码	课程名称	学 分	总 学时	学时分配			起 止 周数	备 注
					讲 授	实 验	周学 时		
第 一 学 期	0001001 001	思想品德与修养	2	32	20	12	2	1- 16	
	0002001 001	大学英语 1	4	96	96		6	1- 16	
	0002001 005	大学日语 1	4	96	96		6	1- 16	
	0007001 001	大学语文 1	2	32	32		2	1- 16	
	0008001 001	计算机文化基础 A	2	32	32		2	1- 16	
	0006001 001	大学体育 1	1	32	32		2	1- 16	
	0009001 001	军事理论	--	32	32		2	1- 16	
	0003001 005	大学数学 (二)	6	96	96		6	1- 16	

	0201012 001	马克思主义政治经 济学原理	4	64	64		4	1- 16	
	合计 8 门课		2 1	416	40 4	12	26		
第 二 学 期	0001001 002	毛泽东思想概论	2	48	32	16	3	1- 16	
	0002001 002	大学英语 2	4	96	96		6	1- 16	
	0002001 006	大学日语 2	4	96	96		6	1- 16	
	0007001 002	大学语文 2	2	32	32		2	1- 16	
	0008001 002	计算机文化基础 B	2	48	48		3	1- 16	
	0006001 001	大学体育 2	1	32	32		2	1- 16	
	0003001 006	线性代数	2	32	32		2	1- 16	
	1102012 001	管理学	4	64	64		4	1- 16	

	1102023 001	市场营销学	4	64	64		4	1- 16	
	合计 8 门课		2 1	416	40 0	16	26		
短 一	普通教育任选课 4-6 学分								
第 三 学 期	0001002 003	马克思主义哲学原 理	2	48	48		3	1- 16	
	0001002 003	大学英语 3	4	64	64		4	1- 16	
	0001002 007	大学日语 3	4	64	64		4	1- 16	
	0006001 001	大学体育 3	1	32	32		2	1- 16	
	0003001 007	概率论与数理统计	4	64	64		4	1- 16	
	0201012 002	微观经济学	4	64	64		4	1- 16	
	1102023 003	市场调查与预测	4	64	64		4	1- 16	

	1102023 004	消费者行为学	3	64	64		4	1- 16	
	合计 7 门课		2 2	400	40 0		25		
第 四 学 期	0001001 004	法律基础	1	32	20	12	2	1- 16	
	0002001 004	大学英语 4	4	64	64		4	1- 16	
	0002001 008	大学日语 4	4	64	64		4	1- 16	
	0006001 004	大学体育 4	1	32	32		2	1- 16	
	0201012 003	宏观经济学	4	64	64		4	1- 16	
	1102023 002	国际市场营销	3	64	64		4	1- 16	
	1102023 005	营销渠道管理	4	64	64		4	1- 16	
	1102032 001	会计学	4	64	64		4	1- 16	

	合计 7 门课		2 1	384	37 2	12	24		
短 二	普通教育任选课 4-6 学分								
第 五 学 期	0001001 005	邓小平理论概论	3	64	40	24	4	1- 16	
	0201012 010	统计学原理	4	64	64		4	1- 16	
	1102013 017	管理英语 1	1	32	32		2	1- 16	
	1102013 019	管理日语 1	1	32	32		2	1- 16	
	0201013 040	经济法	3	64	64		4	1- 16	
	1102023 006	广告策划与管理	4	64	64		4	1- 16	
	0201024 005	国际贸易	2	32	32		2	1- 16	4 选
	0201024 007	国际金融	2	32	32		2	1- 16	2 门

	1102024 010	新产品开发营销	2	32	32		2	1- 16	
	1102014 015	企业伦理学	2	32	32		2	1- 16	
	建议相近专业模块选 1 门 2 学分								
	合计 8 门课		2 1	448	42 4	24	24	1- 16	
第 六 学 期	1102023 018	管理英语 1	1	32	32		2	1- 16	
	1102013 020	管理日语 1	1	32	32		2	1- 16	
	1102023 007	市场营销战略管理	4	64	64		4	1- 16	
	1102033 001	财务管理	3	64	64		4	1- 16	
	1102024 007	品牌营销	2	32	32		2	1- 16	5 选 3 门
	1102024 014	公共关系	2	32	32		2	1- 16	
	1102024 008	服务营销	2	32	32		2	1- 16	

	1102014 027	生产与运作管理	2	32	32		2	1- 16	
	1102014 005	人力资源管理	2	32	32		2	1- 16	
	建议相近专业模块选 2 门 4 学分								
	合计 9 门课		1 8	320	32 0		20	1- 16	
短 三	普通教育任选课 4-6 学分								
第 七 学 期	0001001 007	当代世界经济与政 治	1	32	20	12	2	1- 16	
	1101023 001	管理信息系统	4	64	64		4	1- 16	
	1102014 026	组织行为学	2	32	32		2	1- 16	6 选 4 门
	1102024 011	市场营销专题	2	32	32		2	1- 16	
	1102024 015	商务谈判	2	32	32		2	1- 16	
	1101024 006	电子商务	2	32	32		2	1- 16	

	1102024 012	金融市场营销	2	32	32		2	1- 16	
	1102024 013	高新技术市场营销	2	32	32		2	1- 16	
	1102023 050	毕业论文				2 周		5-6	
	建议相近专业模块选 2 门 4 学分								
	合计 8 门课		1 7	288	27 6	12	18	1- 16	
第 八 学 期	1102023 051	毕业实习	3			8 周		1-8	
	1102023 050	毕业论文	4			4 周		9- 12	
	合计 2 门课		7			12 周			

九、市场营销专业课外培养计划

类别	内容	学 分	建议 学年	考核方式	负责单 位
----	----	--------	----------	------	----------

专业知 识	专业知 识竞 赛、专业论文 展评、专业讲 座、科研课题 等研究	1 - 3	2-4	参与专业知识竞赛 3次以上1分、比 赛成绩优秀者2 分、成果证书3分 (材料不少于5000 字)	系专业
	辅修专业	2		证书	学院
	发表论文	2	2-4	公开发表(第1、2 作者)	学院
	专业必读书目	2	2-4	两篇,读书笔记每 篇5000字	系专业
	参加教师课题 或课题组	1	2-4	提供报告(有导师 推荐)	系专业
学术竞 赛	学 术 交 流 研 讨、“挑战杯”竞 赛、外语竞赛 等	1 - 3	2-4	参与次数、经验材 料、比赛成绩、 获奖证书(材料不 少于3000字,国 家级3分、省级2 分、校级1 分、学院0.5分)	教科办
文化活	书画、演讲、	1	1-4	参与次数、心得体	学工团

动	文艺、体育等比赛、读书活动、文化交流、人文报告等	- 3		会、比赛成绩、获奖证书 (材料不少于 3000 字, 国家级 3 分、省级 2 分、校级 1 分、学院 0.5 分)	委
心理素质	心理测试、心理咨询、心理训练等	1	1-4	测试、谈话、咨询记录、培训心得体会 (材料不少于 3000 字)	全体教师
外语知识	英语六级、日语国际能力一级	2	1-4	证书	院教务部门
	第二外语四级	2	2-4	证书	
	WSK、TOEFL、GRE	3	1-4	成绩单达到总成绩的 80%，每项 3 分	
技能训练	获一项专业技能资格证书 (驾驶证、程序员等级证书)	2	1-4	证书	院教务部门 专业或系

	营销师证	2	2—4	证书	
	会计证	2	2—4	证书	
	营销咨询活动	1	2-4	采纳单位证明	
社会实践	“三下乡”社会实践、青年志愿者、实习、勤工助学等	1	1 - 4	活动记录、调查报告、心得体会、工作实效（材料不少于 3000 字）	学工团委

注：课外培养计划修满 6 学分及以上者（其中文化活动和社会实践两项累计得分最高值为 4 学分）

十、市场营销专业教学计划学时、学分分配表

纵向结构	学时	百分比	学分	百分比	横向结构	学时	百分比	学分	百分比
------	----	-----	----	-----	------	----	-----	----	-----

		(%)		(%)			(%)		(%)
普通教育 课程	996	36.6	51	31.9	必修课	208 4	76.5	121	75.6
学科基础 课程	576	21.1	36	22.5	任选课	672	23.5	39	24.4
专业课	115 2	42.3	66	41.3					
合 计	272 4	100	15 3	95.7	合 计	272 4	100	160	100
实践教学 环节			7	4.3	合 计				160