

2012 级市场营销专业培养方案

培养目标

学院培养目标：培养学生具有全球视野、扎实的基础理论知识和综合方法运用能力，理解中国情境与所学专业领域，能够胜任相关领域的学术或研究性实务岗位。

本专业培养具有运用专业理论框架和方法进行分析问题和解决问题的能力、能从事市场研究、数据处理、营销策略制定的企业高级营销专业人才。

培养要求

本专业的学生主要掌握管理科学、经济学、数理统计等学科的理论 and 知识，系统掌握市场分析、营销战略定位、营销策略制定、营销沟通与传播等管理方法，并接受语言与文字表达、人际沟通、营销策划等方面的专门训练。

通过四年的系统学习，学生应获得以下几方面的知识 with 能力：

1. 掌握管理学、经济学、心理学以及营销管理科学的基本原理、专业知识和技能；
2. 掌握营销管理的定性和定量分析方法；
3. 具有较强的营销策划与执行能力，能独立完成营销项目的全案策划和运作；
4. 具有良好的组织协调能力及语言表达和人际沟通能力；
5. 了解我国营销环境，熟悉国家有关政策和法规；
6. 了解本学科理论前沿与发展动态。

专业核心课程

战略管理 管理统计 市场研究 网络营销 品牌管理 客户关系管理 消费心理学 营销策划

教学特色课程

研究型课程：市场研究 网络营销

讨论型课程：客户关系管理 推销学（商务拜访与沟通） 营销专题

创业训练课：营销策划

计划学制 4 年

最低毕业学分 160+5+4

授予学位 管理学学士

学科专业类别 工商管理类

所依托的主干学科 工商管理

课程设置与学分分布

1. 通识课程 47.5+5 学分

见社科类培养方案中的通识课程。

2. 大类课程 42 学分

(1) 大类必修课程 21 学分

见社科类培养方案中的大类必修课程。

(2) 大类课程的专业选修部分 21 学分

1) 必修课程 7 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
061B0190	微积分III	1.5	1.0-1.0	一	夏
061B9090	概率论与数理统计	2.5	2.0-1.0	二	秋冬
061B0010	常微分方程	1.0	1.0-0.0	二	春
061B0600	心理学导论	2.0	2.0-0.0	二	夏

2) 选修课程 14 学分

A. 人文社科类 9 学分

在下列课程中选修。

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
201A0030	会计学	3.0	3.0-0.0	一	春夏
201A0010	财务管理	3.0	3.0-0.0	二	秋冬
201A0040	市场营销学	3.0	3.0-0.0	二	秋冬
021A0020	经济法	3.0	3.0-0.0	二	春夏
061A0020	社会科学研究方法	3.0	3.0-0.0	二	春夏

B. 工程技术类和艺术设计类 5 学分

需在课程号带“C”和“D”的课程中选择修读。建议在以下课程中选择修读。

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
121D0190	建筑与环境导论	1.0	1.0-0.0	一	春夏
211D0080	计算机辅助设计初步	3.0	2.0-2.0	一	春夏
041D0430	设计想象与创意	2.0	1.0-2.0	二	秋
041D0470	城市设计概论	2.0	2.0-0.0	二	秋
211D0070	工业设计概论	2.0	2.0-0.0	二	秋

3. 专业课程 68.5 学分

(1) 必修课程 46.5 学分

1) 院平台必修课 28 学分

采用全英文和中文同步开课，管理学院各专业学生必须修读以下每门课程的其中一种类型，鼓励修读全英文课程。

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
20124400	中级微观经济学 Intermediate Microeconomics	3.0	3.0-0.0	二	秋冬
20124410	社会心理学 Social Psychology	3.0	3.0-0.0	二	秋冬
20120200	管理沟通 Management Communication	2.0	2.0-0.0	二	春
20190290	跨文化管理 Cross-cultural Management	2.0	2.0-0.0	二	春
20123171	管理统计 Managerial Statistics	3.0	3.0-0.0	二	春夏
20124420	应用运筹学 I Applied Operations Research I	3.0	3.0-0.0	二	春夏
20124440	战略管理	2.0	2.0-0.0	二	夏

	Strategic Management				
20124450	中级财务会计 I Intermediate Financial Accounting I	3.0	3.0-0.0	三	秋
20110041	管理信息系统 Management Information Systems	2.0	2.0-0.0	三	冬
20123131	计量经济学 Econometrics	3.0	3.0-0.0	三	春夏
20120511	人力资源管理 Human Resource Management	2.0	2.0-0.0	三	夏

2) 专业必修课 18.5 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
20120810	组织行为学	2.0	2.0-0.0	二	春
20120670	消费心理学	2.0	2.0-0.0	三	秋
20124510	市场研究	2.0	2.0-0.0	三	秋
20120230	广告学	2.0	2.0-0.0	三	冬
20124520	品牌管理	2.0	2.0-0.0	三	冬
20120281	营销策划	2.5	2.5-0.0	三	春
20122780	运作管理	2.0	2.0-0.0	三	春
20190280	客户关系管理	2.0	2.0-0.0	三	夏
20120641	网络营销	2.0	2.0-0.0	四	冬

(2) 选修课程 8 学分

在以下课程中选修。

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
20190110	服务营销	2.0	2.0-0.0	三	春
20120630	推销学	2.0	2.0-0.0	三	夏
20190330	企业文化	2.0	2.0-0.0	三	夏
20190180	管理研究方法	2.0	2.0-0.0	四	秋
20190120	公共关系学	2.0	2.0-0.0	四	冬
20186020	创业管理	2.0	2.0-0.0	四	夏

(3) 实践教学环节 6 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
20188021	认识实习	2.0	+2	二	短
20188010	教学实习	2.0	+3	三	短
20189040	毕业实习	2.0	+3	四	春夏

(4) 毕业论文（设计） 8 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
20189010	毕业论文	8.0	+12	四	春夏

4. 个性课程 2 学分

学生可根据自己的意愿和兴趣修读下列课程,也可跨大类自主选择修读其他大类的大类课程或跨专业自主修读其他专业的专业课程。

课程号	课程名称	学分	周学时	年级	学期
20121000	供应链管理	2.0	2.0-0.0	三	冬
20122510	国际商务	2.0	2.0-0.0	三	冬

20120770 营销专题

2.0 2.0-0.0 四 秋

5. 第二课堂

+4 学分

(2012年6月29日修订)