**市场营销专业（国际学生）全程培养方案**

**一、专业名称、代码、学制与学位**

**专业名称：**市场营销

**专业代码**：110202

**学制：**4年，学习年限3—6年。

**授予学位：**完成培养方案规定的学业，达到毕业要求，满足学校学位授予条件的，授予管理学学士学位。

**二、培养目标**

国际学生应当熟悉中国历史、地理、社会、经济等中国国情和文化基本知识，了解中国政治制度和外交政策，理解中国社会主流价值观和公共道德观念，形成良好的法治观念和道德意识。还应具备包容、认知和适应文化多样性的意识、知识、态度和技能，能够在不同民族、社会和国家之间的相互尊重、理解和团结中发挥作用。同时能够在多个国家的实际环境中运用专业知识和技能，并具备参与国际交流与合作的初步能力。

本专业旨在培养德、智、体、美全面发展，掌握市场营销专业基础知识、掌握市场营销及经济、管理和法律等方面的知识、了解中国以及国际市场规律以及现状、适应国际化经济、文化发展的需要，能运用汉语从市场营销实务及教学、科研工作的高级专门国际人才。另外，在语言方面，国际学生毕业时中文能力应当达到《国际汉语能力标准》（HSK）五级水平。

本专业培养适应社会经济发展需要，基础扎实、知识面宽、业务能力强、综合素质高，富有创新意识和开拓精神，具有良好的职业道德，掌握市场营销的基本理论和基本知识，了解中国以及国际市场规律以及现状、适应国际化经济、文化发展的需要，能运用汉语从事市场研究、市场开发、品牌管理、渠道管理、新媒体营销、营销策划等工作，也能从事相关教学、科研工作的复合型中高级专门人才。

**三、专业特色与培养要求**

本专业的培养特色主要体现在三个方面：第一，强调跨学科价值。发挥我校经、法、管主干学科的突出优势，在人才培养上通过学科交叉融合、关联互动。第二，强调跨文化价值。结合中国本土以及国际市场中案例为学生创造对比交融的机会。第三，强调实用价值。既注重市场营销基础学科知识的学习，也在教学过程中通过案例分析、理论教授、学生活动等方式，培养既有全球化眼光、又有本土化意识的高级专门人才。

通过本专业教学计划所规定的学习与训练，学生基本达到以下培养要求：

2.学科知识

具备系统扎实的基础知识、跨学科知识、专业知识和专业技能；了解市场营销专业及相关学科的历史、现状和前沿动态，掌握市场营销专业的研究思路和研究方法，了解国内外市场营销发展动态。

3.应用能力

具有跨领域知识融通能力，能够综合运用相关知识和技能，分析和解决复杂问题，提出相应对策或方案，并对对策和方案的政策依据、社会环境和可能的社会影响进行分析。

4.创新能力

具有逻辑思维能力、批判精神和反思意识，能够运用市场营销专业的研究思路和方法组织和开展调查和研究，能发现、辨析、总结、评价经济管理等相关领域的现象和问题，形成个人判断、见解或对策，具有较强的创新创业能力。

5.信息能力

能够运用各类信息技术和工具获取和分析相关信息；能够熟练使用各类软件和网上办公系统；能够使用相关模型进行分析和判断；能够使用信息技术解决本专业领域实际问题。

6.沟通表达

具有较强的沟通表达能力，能够使用准确规范的语言文字，逻辑清晰地表达观点，能够与同行和社会公众进行有效沟通，具有一定的宣传和传播能力。

7.团队合作

具有较强的组织、协调和管理能力，能够与团队成员和谐相处，协作完成复杂任务。

8.国际视野

理解和尊重世界文化的差异性和多样性，了解国际动态，关注本专业领域的全球重大问题，具有开展国际交流与合作的能力，能够传播中华优秀文化和中国管理智慧。

9.学习发展

具有自我规划、自我管理、自主学习和终身学习能力，能够通过不断学习，适应社会和个人高层次、可持续发展的需要。

综上所述，塑造学生面向未来的核心能力，即“三感三力”。

三感——设计感、娱乐感、意义感

设计感：懂得审美，懂得欣赏美，懂人性，设计中增强体验感美学/感官体验；

故事感：还原场景、构造场景、营造氛围的能力。学会讲自己的故事，讲公司的故事，讲品牌的故事，讲顾客的故事；学会将商品内容化，内容商品化，产品故事化，故事情感化。

意义感：学会赋予事物以意义

三力——数据力、共情力、交响力

“数据力”具有数据思维、数据分析能力

“共情力” 是能够和其他人、其他物体产生共鸣、同频共振的能力；

“交响力” 是将诸多要素合成起来变成一个整体，使其效果远超于个体和局部的能力

**四、所属学科与主要课程**

所属学科：工商管理

主要课程：宏观经济学、微观经济学、计量经济学、管理学、法学通论；战略管理、统计学、会计学、财务管理学、人力资源管理；市场营销学、消费者行为学、国际市场营销、市场营销调研、企业公共关系、品牌管理、营销风险管理、电子商务、销售管理、客户关系管理、管理沟通、国际贸易理论与实务等。

**五、课程结构与学时学分**

本专业开设的课程分为通识教育课程、学科基础课程、专业课程、实践与实验课程和素质教育课程5个板块，专业类平台课和专业课又分为必修课与选修课两类。总学分为147学分，其中课内学分128学分，实践教学环节13学分，素质教育课程6学分。各类课程学时、学分比例如下：

| **培养环节/课程类别** | **学分** | **类型** | **学分** |
| --- | --- | --- | --- |
| 通识教育课程 | 52 | 必修 | 36 |
| 选修 | 16 |
| 专业教育课程 | 40 | 大类平台 | 必修 | 25 |
| 选修 | 15 |
| 36 | 专业核心 | 必修 | 20 |
| 选修 | 15 |
| 实践教学环节 | 13 | 必修 | 13 |
| 课外素质教育 | 6 | 必修 | 6 |
| 总学分合计 | 147 |

**六、实践教学环节**

本专业实践与实验课程包括社会实践、学年论文、专业实习、毕业论文(设计)以及实验课程和课程实验。学年论文字数要求不少于3000字，毕业论文(设计)字数要求不少于10000字，实习报告字数要求不少于2000字。

1.社会实践：第2学期和第3学期分别一次，一次2学分，共4学分。

1.学年论文：第6学期，2学分。

2.专业实习: 第6学期暑假，4学分。

3.毕业论文(设计): 第8学期，4学分。

4.实验课程: 第6学期，48学时，3学分。

**七、素质教育课程**

本专业素质教育课程包括综合素质教育、社会实践、各种学科竞赛、技能等级水平考试和科研活动等。

**八、课程计划表**

**全程教学计划表**

1. **通识教育课程计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别/培养环节** | **课程性质** | **课程号** | **课程名称** | **开课学期** | **学分** | **学 时** | **先修条件** |
| **课堂学时** | **实验学时** | **课外学时** |
| 通识教育课程 | 必修课 | 必修 | L2300050 | 汉语精读（一） | 1 | 4 | 64 |  |  |  |
| L2300060 | 汉语精读（二） | 2 | 4 | 64 |  |  | 汉语精读（一） |
| L2300070 | 汉语听说（一） | 1 | 2 | 32 |  |  |  |
| L2300080 | 汉语听说（二） | 2 | 2 | 32 |  |  | 汉语听说（一） |
| L2300220 | 法商汉语（一） | 1 | 2 | 32 |  |  |  |
| L2300230 | 法商汉语（二） | 2 | 2 | 32 |  |  | 法商汉语（一） |
| L2300310 | 法学通论与中国法治实践 | 1 | 2 | 32 |  |  |  |
| L2300300 | 经济学通论与中国经济发展道路 | 1 | 2 | 32 |  |  |  |
| L2300320 | 管理学通论与中国企业管理实践 | 2 | 2 | 32 |  |  |  |
| B1500010 | 公共体育（1） | 1 | 1 | 16 |  | 16 |  |
| B1500020 | 公共体育（2） | 2 | 1 | 16 |  | 16 | 公共体育（1） |
| B1500030 | 体育专项（1） | 3 | 1 | 16 |  | 16 |  |
| B1500040 | 体育专项（2） | 4 | 1 | 16 |  | 16 | 体育专项（1） |
| L2300210 | 计算机应用基础 | 1 | 2 | 32 |  |  |  |
| L2300090 | 中国文化（一） | 1 | 3 | 48 |  |  |  |
| L2300100 | 中国文化（二） | 2 | 3 | 48 |  |  | 中国文化（一） |
| B2280010 | 大学生心理健康 | 1 | 2 | 32 |  |  |  |
| **通识教育必修课合计** |  | **36** |  |  |  |  |
| 选修课 | 选修 | 中国与世界 | 自然科学、历史哲学等 | 1-8 | 13 |  |  |  |  |
| **通识教育选修课合计** |  | **16** |  |  |  |  |
| **通识教育课合计** |  | **52** |  |  |  |  |

 **（二）专业类平台课教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别/培养环节** | **课程性质** | **课程号** | **课程名称** | **开课学期** | **学分** | **学 时** | **先修条件** |
| **课堂学时** | **实验学时** | **课外学时** |
| 专业教育课程  | 大类平台 | 必修 | L2300110 | 微积分（上） | 1 | 3 | 48 |  |  | 无 |
| L2300120 | 微积分（下） | 2 | 3 | 48 |  |  | 微积分（上） |
| B0800243 | 会计学 | 3 | 3 | 48 |  |  | 无 |
| B0800244 | 概率论与数理统计（经管） | 3 | 4 | 64 |  |  | 微积分（下） |
| B0800245 | 微观经济学 | 3 | 3 | 48 |  |  | 微积分（上）、政治经济学 |
| 专业教育课程  | B0800246 | 统计学 | 4 | 3 | 48 |  |  | 微积分、概率论与数理统计（经管） |
| B0800247 | 线性代数 | 4 | 3 | 48 |  |  | 无 |
| B0800248 | 宏观经济学 | 4 | 3 | 48 |  |  | 微观经济学 |
| 大类基础必修课合计 |  | **25** | 432 |  |  |  |
| 选修 | B0600342 | 国际贸易学 | 4 | 2 | 32 |   |   | 微观经济学、宏观经济学 |
| B0600520 | 旅游学 | 3 | 2 | 32 |  |  |  |
| B0601320 | 中国农业与农村经济 | 3 | 2 | 32 |  |  |  |
| B0601572 | 战略管理 | 3 | 2 | 32 |   |   | 管理学 |
| B0601922 | 管理研究方法 | 5 | 2 | 32 |   |   | 管理学 |
| B0601353 | 组织行为学 | 2 | 3 | 48 |   |   | 无 |
| B0300403 | 货币金融学 | 4 | 3 | 48 |   |   | 无 |
| B0800043 | 财务管理学 | 4 | 3 | 48 |  |  | 无 |
| B0900543 | 计量经济学 | 5 | 3 | 48 |  |  | 统计学 |
| **大类基础选修课合计** |  | **9** | **240** |  |  |  |
|  |  |  | B0603100 | 法经济学 | 3 | 2 | 32 |  |  |  |
|  |  |  | B0603040 | 商业伦理 | 3 | 2 | 32 |  |  |  |
|  |  |  | B0603200 | 法商管理 | 4 | 2 | 32 |  |  |  |
|  |  | **经管法融通** |  | **6** | **96** |  |  |  |
| **大类平台课合计** |  | **40** | **672** |  |  |  |

1. **专业课教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程性质** | **课程号** | **课程名称** | **开课学期** | **学分** | **学时** | **先修条件** | **适用专业****（方向）** |
| **课堂学时** | **实验学时** | **课外学时** |  |
|  | 必修 | B0601012 | 市场营销学 | 4 | 2 | 32 |  |  | 无 | 工商管理大类 |
| 必修 | B0601922 | 管理研究方法 | 6 | 2 | 32 |  |  | 管理学 | 工商管理大类 |
| 必修 | B0603530 | 企业伦理与社会责任 | 6 | 1 | 16 |  |  | 管理学 | 工商管理大类 |
| 必修 | B0600660 | 品牌管理（双语） | 5 | 3 | 48 |   |   | 市场营销学 | 市场营销 |
| 必修 | B0600960 | 市场调研 | 4 | 2 | 32 |   |   | 统计学 | 市场营销 |
| 必修 | B0601222 | 消费者行为学 | 5 | 2 | 32 |   |   | 无 | 市场营销 |
| 必修 | B0602252 | 新媒体营销 | 5 | 2 | 32 |   |   | 市场营销学 | 市场营销 |
| 必修 | B0600690 | 企业公共关系 | 6 | 2 | 32 |   |   | 管理学 | 市场营销 |
| 必修 | B0601880 | 创业与创新管理 | 5 | 2 | 32 |   |   | 市场营销学、企业战略管理 | 市场营销 |
| 必修 | B0603420 | 数字营销 | 6 | 2 | 32 |   |   | 市场营销学 | 市场营销 |
| **专业方向必修课学分合计** |   | **20** | 320 |   |   |   |  |
| 选修 | B0602310 | 国际市场营销（英） | 5 | 2 | 32 |   |   | 市场营销学 | 市场营销 |
| 选修 | B0601230 | 销售管理 | 5 | 2 | 32 |   |   | 市场营销学 | 市场营销 |
| 选修 | B0600410 | 客户关系管理 | 6 | 2 | 32 |   |   | 市场营销学 | 市场营销 |
| 必修 | B0600082 | 电子商务\* | 6 | 2 | 32 |  |  | 无 | 市场营销 |
| 必修 | B0602270 | 营销前沿系列\* | 6 | 2 | 32 |  |  | 市场营销学 | 市场营销 |
| 选修 | B0600810 | 人力资源管理 | 6 | 2 | 32 |  |  | 组织行为学 | 市场营销 |
| 选修 | B0601910 | 管理沟通（英文） | 7 | 2 | 32 |  |  | 管理学 | 市场营销 |
| 选修 | B0601282 | 运作管理 | 7 | 2 | 32 |  |  | 管理学 | 市场营销 |
| 选修 | B0601112 | 网络营销 | 6 | 2 | 32 |   |   | 计算机应用基础 | 市场营销 |
| 选修 | B0603370 | 商务数据可视化 | 6 | 2 | 32 |   |   | 无 | 市场营销 |
| 选修 | B0603342 | 商务数据挖掘（全英） | 5 | 2 | 32 |  |  | 统计学、计算机应用基础 | 市场营销 |
| 选修 | B0603510 | Python数据分析基础\* | 4 | 2 | 32 |  | 　 | 概率论与数理统计 | 市场营销 |
| 选修 | B0400452 | 经济法 | 3 | 2 | 32 |  |  | 无 | 市场营销 |
| 选修 | B0300882 | 证券投资学 | 5 | 2 | 32 |  |  | 无 | 市场营销 |
| 选修 | B0900180 | 博弈论基础 | 4 | 2 | 32 |  |  | 概率论与数理统计（经管） | 市场营销 |
| 选修 | B0603450 | 营销案例分析（双语） | 5 | 2 | 32 |  |  |  | 市场营销 |
| 选修 | B0603440 | 短视频与直播运营 | 4 | 2 | 32 |  |  | 新媒体营销 | 市场营销 |
| 选修 | B0603460 | 动态营销战略 | 7 | 2 | 32 |  |  |  |  |
| 选修 | B0601750 | 社会营销 | 7 | 2 | 32 |  |  |  |  |
| **专业方向选修课学分合计** |  | **15** | **240** |   |   |   |  |
| **专业教育课合计** |  | **35** | **576** |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别/培养环节** | **课程性质** | **课程号** | **课程名称** | **开课学期** | **学分** | **课堂学时** | **实验学时** | **课外学时** | **先修条件** |
| 集中性实践教学环节 | 必修 | B1890010 | 学年论文 | 6 | 2 |  |  |  | 无 |
| B1890030 | 毕业论文 | 8 | 4 |  |  |  | 无 |
| B1890070 | 毕业实习 | 6 | 4 |  |  |  | 无 |
| B0690120 | 市场营销模拟 | 6 | 3 |  | 48 |  | 无 |
| **实践环节学分合计** |  | **13** |  |  |  |  |
| 课外素质教育 | 选修 | 美育课程及实践 | 1-8 | 2 |  |  |  |  |
| 个人身心、职业发展 | 1-8 | 4 |  |  |  |  |
| **课外素质教育学分合计** |  | **6** |  |  |  |  |