

# 常州大学怀德学院

## 市场营销专业培养方案

(专业代码: 120202)

### 一、专业介绍

简介: 本专业培养具备管理学、经济学、市场营销学、法学以及企业营销管理方面的基本理论、方法和基本技能, 具有较强的外语和计算机运用能力, 基础扎实, 知识面广, 综合素质高, 富有创新、创业意识和市场开拓精神, 能够综合运用多学科知识分析和解决问题的企业营销管理专门人才。市场营销专业的毕业生就业前景广阔, 能从事各类企业的经营管理和营销策划工作, 也能在生产制造和商贸流通业, 银行、证券、保险等金融服务机构, 以及综合性经济管理部门从事市场分析研究、营销策划、销售管理等各项营销管理工作, 也可以运用企业管理和营销知识进行自主创业。

办学定位及指导思想: 本专业立足长三角, 服务区域经济和社会发展, 培养具有一定国际视野的、能适应市场经济发展需要的、具备从事市场营销和企业运营管理的高素质应用型创新人才。本专业以系统的营销基础理论、宽口径专业知识及实务性专业技能为基本知识体系; 以良好的职业道德, 强烈的事业心和社会责任感为基本素质要求; 实施的人才培养模式, 强化实践应用能力, 树立创新创业意识, 提升学生就业竞争力培养市场营销专业应用型人才、德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

专业面向: 市场营销专业属于工商管理类重点专业, 具有厚基础、宽口径、复合型的特点。因此, 本专业毕业生就业范围广、择业机会多、社会需求旺盛, 能在各大商贸流通企业、跨国公司、政府和社会服务、市场研究和咨询机构等部门工作。如政府机构的公务员, 各大商业银行、证券公司、保险公司的市场部, 流通服务领域, 房地产、汽车经营企业, 市场分析研究、广告和咨询业, 各类企业营销策划, 社会中介代理及服务。对于有志进一步深造的学生还可以继续攻读管理类和经济类专业的硕士研究生。

### 二、培养要求

#### 1. 培养目标

本专业坚持立德树人根本任务, 培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班

人。本专业体现“知识、能力、素质”协调一致的培养目标，培养掌握管理学、经济学和市场营销学的基本理论及基本知识，熟悉市场营销管理理论前沿，具有分析和解决企业市场营销和经营管理工作中实际问题的能力，具备较强的营销专业实务和市场运作能力的学历高、技能强，能服务行业、服务区域经济，并具有国际视野的，能从事企业市场营销、经营管理、市场分析、营销策划等工作的市场营销专业高级复合应用型人才。

## 2. 毕业要求

要求 1：掌握马克思主义、毛泽东思想和邓小平理论，树立辩证唯物主义和历史唯物主义世界观，具备求真务实的科学精神与积极进的创新创业意识，具有适合市场经济发展需要，具备营销管理从业人员的基本素养、职业道德和正确的价值观。

要求 2：掌握计算机理论知识与原理、EDI 操作技能，能较为熟练地应用管理常用软件来分析和处理实际营销管理问题，具有运用相关软件工具进行定性、定量的市场分析研究和预测能力，能开展有效的电子商务活动、数据库营销和网络营销。

要求 3：能较为熟练的掌握一门外国语，具有较强的外文听、说、读、写能力，能熟练地进行专业外文文献的查阅和市场信息处理分析，具备运用外语进行涉外交流、营销沟通和实施全球营销的能力。

要求 4：掌握与营销专业相关的各基础学科的理论知识和定性、定量的市场分析预测工具，能综合运用相关知识与方法有效的分析研究和解决企业营销管理实践问题。

要求 5：掌握营销专业领域学科的专业基本理论知识，了解专业发展前沿、现状趋势和营销管理创新。熟悉以微观企业（公司）营销管理为视角的相关营销管理科学专门知识，熟练掌握企业营销的战略与策略，并能运用相关营销工具、技术方法和手段有效解决企业面临的实际营销管理问题，具有较强的营销策划和销售管理能力。

要求 6：熟悉国内外与企业营销管理相关的方针、政策和法规，掌握国际营销和国际贸易的惯例、规则和实务，了解涉外商务谈判的策略，具备较强的商务谈判能力、技巧和从事各类经济技术合作的能力。

要求 7：具有良好道德和社会责任感，以及较强的专业人文素养和良好的心理品质，能保持心理乐观、积极、上进，能经受挫折、抑制浮躁，保持真诚的虚心、执著的专心和不懈的恒心。

要求 8：熟悉营销管理理论及营销实践中的创新、创业理论知识与技能，掌握营销创新工具、创新营销思维、创新成果设计等相关理论与实践知识。具有较强的创新、创业意识，较强的营销团队管理与组织执行力。

要求 9: 具有创业学、资料查阅获得市场信息,了解经济管理及相关交叉学科的发展动态,不断拓展营销知识领域和提高营销业务技能水平的能力,具有较强的商务策划、语言文字表达和人际沟通能力,具备终身学习、不断进取的意识和较强的社会适应能力。

要求 10: 具有健康的体魄和心理、健全的人格,能够掌握基本运动知识和一两项运动技能;具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力,具有一定的审美和人文素养,能够形成一两项艺术特长或爱好;掌握一定的学习方法,具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。加强劳动教育,实现劳动、审美与身心发展的统一。

### 三、课程体系

#### (一) 通识教育课程

##### 1.通识教育必修课程 A1 (55.0)

思想道德与法治 (2.5)	形势与政策 (2.0)
马克思主义基本原理 (2.5)	中国近现代史纲要 (2.5)
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (2.5)	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (3.0)	
大学计算机基础 (1.5)	Python 程序设计 (3.5)
经济应用数学一 (6.0)	经济应用数学二 (5.0)
大学外语 (英语、日语、俄语等) (10.0)	体育 (8.0)
军事理论 (2.0)	大学生心理健康教育 (2.0)
国家安全教育 (1.0)	劳动教育 (1.0)

##### 2.通识教育选修课程 A2、A3 (5.0)

公共选修课 (2.0)	艺术素养类 (1.0)
中国共产党简史 (1.0)	创新创业 (1.0)

#### (二) 专业基础课程

##### 1.专业基础必修课程 B1 (22.0)

营销专业导论 (0.5)	经济学原理 (3.0)
管理学原理 (3.0)	会计学 (3.0)
统计学 (3.0)	市场营销学 (3.0)
消费者行为学 (2.5)	管理信息系统 (2.0)
人力资源管理 (2.0)	

## 2.专业基础选修课程 B3 (9.0)

经济法 (2.0)

现代广告学 (2.0)

国际贸易理论与实务 (2.0)

管理沟通 (2.0)

组织行为学 (2.0)

企业战略管理 (2.0)

财务管理 (2.0)

金融学 (2.0)

计量营销学 (2.0)

### (三) 专业课程

#### 1.专业必修课程 C1 (19.0)

品牌管理 (2.5)

企业营销策划 (2.0)

服务营销学 (2.0)

国际市场营销 (双语) (2.0)

市场调查与预测 (3.0)

公共关系学 (2.5)

网络营销 (2.5)

营销案例研究 (2.5)

#### 2.专业选修课程 C3 (10.0)

现代推销学 (2.0)

国际商务谈判 (双语) (2.0)

客户关系管理 (2.0)

销售管理 (2.0)

营销风险管理 (2.0)

跨国经营学 (2.0)

电子商务 (2.0)

企业文化 (2.0)

新媒体营销 (2.0)

### (四) 实践环节 (36.0)

军训 (2.5)

专业认知实习 (1.0)

市场营销综合实验 (1.0)

营销专业实习 (1.0)

毕业环节 (18.0)

思想政治理论课实践 (2.0)

第二课堂 (2.0)

体育健康标准辅导测试 (0.0)

市场营销课程设计 (1.0)

企业经营模拟沙盘演练 (1.0)

网络营销实验 (1.0)

专业综合实践 (实训) (1.5)

创新创业与竞赛活动 (1.0)

劳动教育实践 (1.0)

课外体育锻炼 (2.0)

(五) 课程与学生知识、能力、素养达成情况关系矩阵

课程类别	课程名称	要求 1	要求 2	要求 3	要求 4	要求 5	要求 6	要求 7	要求 8	要求 9	要求 10
通识教育必修课程	思想道德与法治	H						M			H
	马克思主义基本原理	L			M						
	中国近现代史纲要	L									
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	M			M						
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	M			M						
	形势与政策	M					M				
	大学计算机基础		H		L					M	
	Python 程序设计		H		M					M	
	经济应用数学一		H		M						
	经济应用数学二		H		M						
	大学外语（英语、日语、俄语等）			H						M	
	体育	L							L		H
	军事理论	L							L		
	国家安全教育	H							L		H
劳动教育	L							L		H	

课程类别	课程名称	要求 1	要求 2	要求 3	要求 4	要求 5	要求 6	要求 7	要求 8	要求 9	要求 10
	大学生心理健康教育	M						M			H
通识教育选修课程	公共选修课										M
	中国共产党简史	H						H			
	艺术素养类	M									H
	创新创业	H						H		H	
专业基础必修课程	营销专业导论	M						M	M		
	经济学原理	M			H						
	管理学原理	M			H	H			H		
	统计学		M		M	M					
	会计学				M	M					
	市场营销学	M			H	H		H	M		
	消费者行为学	M				M		H	H		
	管理信息系统				H				M		
人力资源管理		M		H					M		
专业基础选修课程	经济法	L			L		L				
	企业战略管理				L	H					
	现代广告学				H	H			L		

课程类别	课程名称	要求 1	要求 2	要求 3	要求 4	要求 5	要求 6	要求 7	要求 8	要求 9	要求 10
专业基础选修课程	财务管理		M		L	L					
	国际贸易理论与实务			M			M				
	组织行为学				M	M			M		
	金融学		M		M				L		
	管理沟通				M				M	M	
	计量营销学					M	L		L		
专业必修课程	品牌管理				L	H		L	L		
	市场调查与预测		M		M	H			M	M	
	企业营销策划			H	H	H		H	H	M	
	公共关系学	L				L	H			M	
	服务营销学				H	H			L		
	网络营销		L		L	H			M		
	国际市场营销（双语）			H		H	M				
	营销案例研究			L		H					
专业选修课程	现代推销学					H		H	M	M	
	国际商务谈判（双语）			H		L	L				
	跨国经营学			L			L				
	电子商务		L			H			L		

课程类别	课程名称	要求 1	要求 2	要求 3	要求 4	要求 5	要求 6	要求 7	要求 8	要求 9	要求 10
专业选修课程	客户关系管理		M		L	L		L	L	L	
	企业文化	L			L					L	L
	销售管理					L		M			
	新媒体营销					M	L		L		
	营销风险管理				L				M	M	
实践环节	军训	L	L	H							H
	市场营销课程设计			M	M	H		M	H		
	专业认知实习		L	M	L	H		L	H	M	
	企业经营模拟沙盘演练			L	M	H	H		H	M	
	市场营销综合实验		M			H		M	H		
	网络营销实验		H	M	M	H		L	H	M	
	营销专业实习		L	H	H	H		L	H	L	
	专业综合实践（实训）		H	M	H	H		M	H	M	
	毕业环节		M	H	H	H		H	H	M	
	创新创业与竞赛活动	M				H	M	M	H	L	
	思想政治理论课实践	M		L	L	M	M	M		M	M
	第二课堂		M	H	H	H		H	H	M	
劳动教育实践	L							H		H	

课程类别	课程名称	要求 1	要求 2	要求 3	要求 4	要求 5	要求 6	要求 7	要求 8	要求 9	要求 10
实践环节	课外体育锻炼	L						H	M		H
	体育健康标准辅导测试	L						H	M		H

说明：图中 H（强）、M（中）、L（弱）表示课程与毕业要求之间的关联度强弱程度。

## （六）专业思政矩阵图

### 1. 公共课程思政矩阵图

课程类别	课程名称	专业育人目标 1	专业育人目标 2	专业育人目标 3	专业育人目标 4	专业育人目标 5	专业育人目标 6
通识教育 必修课程	思想道德与 法治	坚定对马克思主义、共产主义的信仰，对中国特色社会主义的信念；树立“四个自信”，自觉担当实现中华民族伟大复兴的大任	具有正确的世界观、人生观、价值观，能够自觉践行社会主义核心价值观	坚持爱国爱党与爱社会主义相统一，能够做新时代忠诚的爱国者	树立创新意识，艰苦奋斗、终身学习，坚持做改革开放创新的生力军	树立正确的道德认知，锤炼个人品德，不断提升思想道德素质	具备法治意识，养成法治思维，能够正确行使法律权利、履行法律义务，不断提升法治素养
	中国近现代 史纲要	了解近代以来中国人民为争取民族独立、人民解放和实现国家富强、人民幸福这两大历史任务接续奋斗的历史，懂得爱国主义是民族精神的核心内容	深刻领会历史和人民是怎样选择了马克思主义、选择了中国共产党、选择了社会主义道路、选择了改革开放	坚定只有中国特色社会主义才能发展中国、只有坚持和发展中国特色社会主义才能实现中华民族伟大复兴的信念，增强“四个自信”	深刻领会中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好	树牢唯物史观，明确中国近现代史的主题主线、主流本质、警惕和反对历史虚无主义	增强实现中华民族伟大复兴的责任感和使命感
	马克思主义 基本原理	坚定共产主义理想信念	树立人民至上的价值理念	掌握马克思主义辩证思维能力	增强马克思主义历史思维能力	形成理论联系实际的马克思主义学风	形成胸怀天下的视野和情怀
	毛泽东思想 和中国特色 社会主义理 论体系概论	爱国情怀	坚定“四个自信”	做到“两个维护”	为中华民族伟大复兴奋斗	正确认识中国特色社会主义	明确建设社会主义现代化强国的历史使命

课程类别	课程名称	专业育人目标 1	专业育人目标 2	专业育人目标 3	专业育人目标 4	专业育人目标 5	专业育人目标 6
通识教育 必修课程	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	培养学生树立人民为中心的政治立场	引导学生明确历史方位，勇做担当民族复兴大任的时代新人	培养学生形成自信自强、奋发有为的精神气质	培养学生形成世界视野和观照人类发展的精神境界	引导学生发扬斗争精神，增强斗争本领	引导学生把握“两个确立”的决定性意义，坚决做到“两个维护”
	形势与政策 1-5	全面正确地认识党和国家面临的形势和任务	拥护党的路线、方针和政策	增强实现改革开放和社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感	帮助学生解析社会焦点、热点问题	筑牢中华民族共同体意识	提升学生对党中央决策政治认同、理论认同、思想认同、情感认同
	形势与政策 6-8	职业认知	家国情怀	奋斗精神	道德修养	法制意识	实践探索
	大学外语（英语、日语、俄语等）	爱国情怀	应用能力	跨文化沟通能力	学习发展能力	人文精神和思辨能力	中华文化传播能力
	国家安全教育	爱国情怀	维护国家安全	政治素养	担起卫国责任	保守国家秘密	提高安全防范意识
	经济应用数学	增强学生理想信念	培养学生正确三观	增强学生社会责任感	培养学生家国情怀	增强学生科学素养	培养学生进取精神
	体育	爱国情怀	健康认知	规则意识	意志力培养	团队精神	拼搏精神
	大学计算机基础	爱国情怀	爱岗敬业、诚实守信	科学素养	计算思维能力	创新能力	团结协作
	Python 程序设计	爱国情怀	爱岗敬业、诚实守信	科学素养	计算思维能力	创新能力	团结协作

课程类别	课程名称	专业育人目标 1	专业育人目标 2	专业育人目标 3	专业育人目标 4	专业育人目标 5	专业育人目标 6
通识教育 必修课程	军事理论	爱国情怀	增强国防观念	培养国家安全意识	增强忧患危机意识	传承红色基因	提高国防素质
	大学生心理健康教育	生涯探索	心理调适	团结协作	学业发展	人际沟通	自我认知
	劳动教育	劳动意识	劳动观念	劳动能力	劳动品质	协作意识	实践能力
通识教育 选修课程	创新创业	创业意识	创业精神	创业能力	创新思维	创业计划	社会责任感
	中国共产党简史	爱国情怀	历史思维	责任意识	树立正确历史观	科学辩证	实践能力
实践环节	军训	爱国情怀	增强国防观念	培养国家安全意识	增强忧患危机意识	传承红色基因	提高国防素质
	第二课堂	道德修养	组织协调	责任担当	综合素养	社会能力	思维开创
	劳动教育实践	劳动意识	劳动观念	劳动能力	劳动品质	协作意识	实践能力
	创新创业与竞赛活动	创业意识	创业精神	创业能力	创新思维	创业计划	社会责任感
	课外体育锻炼	爱国情怀	健康认知	规则意识	意志力培养	团队精神	拼搏精神
	体育健康标准辅导测试	爱国情怀	健康认知	规则意识	意志力培养	团队精神	拼搏精神

## 2. 专业课程思政矩阵图

课程类别	课程名称	专业育人目标 1 国家战略	专业育人目标 2 文化自信	专业育人目标 3 经世济民	专业育人目标 4 商业道德	专业育人目标 5 职业素养	专业育人目标 6 创新创业精神
专业基础 必修课程	营销专业导论	●	●	●	●	●	●
	经济学原理	●		●			
	管理学原理	●	●	●		●	●
	统计学	●		●		●	
	会计学			●		●	
	市场营销学	●	●	●	●	●	●
	消费者行为学		●			●	●
	管理信息系统	●		●		●	
	人力资源管理		●			●	●
专业基础 选修课程	经济法	●			●		
	企业战略管理	●		●			●
	现代广告学		●	●	●	●	●

课程类别	课程名称	专业育人目标 1 国家战略	专业育人目标 2 文化自信	专业育人目标 3 经世济民	专业育人目标 4 商业道德	专业育人目标 5 职业素养	专业育人目标 6 创新创业精神
	财务管理			●	●	●	
	国际贸易理论与实务	●		●			
	组织行为学			●		●	
	金融学	●			●		
	管理沟通		●	●		●	
	计量营销学			●		●	●
专业必修课程	品牌管理	●	●	●	●	●	●
	市场调查与预测	●		●		●	●
	企业营销策划					●	●
	公共关系学		●	●	●	●	
专业必修课程	服务营销学	●		●	●	●	
	网络营销			●	●	●	
	国际市场营销（双语）	●	●		●	●	

课程类别	课程名称	专业育人目标 1 国家战略	专业育人目标 2 文化自信	专业育人目标 3 经世济民	专业育人目标 4 商业道德	专业育人目标 5 职业素养	专业育人目标 6 创新创业精神
	营销案例研究		●			●	●
专业选修 课程	现代推销学			●	●	●	●
	国际商务谈判（双 语）	●		●		●	●
	跨国经营学			●		●	
	电子商务	●		●			
	客户关系管理					●	
	销售管理			●			●
	新媒体营销	●	●		●		●
	企业文化		●			●	
	营销风险管理				●	●	
实践环节	市场营销课程设计				●	●	●
	专业认知实习	●	●	●	●	●	●
	企业经营模拟沙盘 演练	●			●	●	●

课程类别	课程名称	专业育人目标 1 国家战略	专业育人目标 2 文化自信	专业育人目标 3 经世济民	专业育人目标 4 商业道德	专业育人目标 5 职业素养	专业育人目标 6 创新创业精神
实践环节	市场营销综合实验				●	●	●
	网络营销实验	●	●		●	●	●
	营销专业实习	●			●	●	
	专业综合实践（实训）				●	●	●
	毕业环节	●	●			●	●

#### 四、专业核心课程

管理学原理、统计学、市场营销学、消费者行为学、企业营销策划、市场调查与预测、网络营销、品牌管理、服务营销学、国际市场营销（双语）、客户关系管理。

#### 五、毕业学分要求

本专业毕业总学分要求为 156.0 学分。学分和学时分配比例见下表：

类 别		学分数	学时数	学分比 (%)	学时比 (%)	
理 论 教 学	通识教育课程	必修	55.0	932	35.26	47.26
		选修	5.0	80	3.21	4.06
	专业基础课程	必修	22.0	352	14.10	17.85
		选修	9.0	144	5.77	7.30
	专业课程	必修	19.0	304	12.18	15.42
		选修	10.0	160	6.41	8.11
	小 计		120.0	1972	76.92	100
实践环节小计		36.0		23.08		
合 计		156.0		100		

说明：实践教学学分包含实践环节 36.0 分，通识教育类实践与实验 2.5 分，专业类实践与实验 0.5 分，共计 39 分，约占总学分 156.0 分的 25%。

#### 六、就业与发展

**就业领域：**本专业的就业领域主要面向各大商贸流通企业和生产制造业、跨国公司、政府和社会服务、市场研究和咨询机构等部门工作。如政府机构的公务员，各大商业银行、证券公司、保险公司等金融服务业的市场部，流通服务领域，房地产、汽车经营，工业品经营企业，市场分析研究机构、广告业和咨询业、社会中介代理服务以及综合性经济管理部门从事市场分析研究、企业营销策划、销售管理等各项市场营销管理工作。

**研究生阶段研修学科：**本专业毕业生适合继续攻读管理类（如企业管理）相关专业和经济类（如金融学）相关专业的硕士研究生。

**职业发展预期：**本专业工作领域的预期发展空间：企业运营管理师、商营部经理助理、企划部经理、区域营销经理、银保客户经理、客服管理师、市场督导与招商策划助理、媒介主管与网站策划、市场调查分析与咨询等岗位工作。培养具有扎实的营销专业素质、创新创业能力及卓越营销师发展潜质的高技能应用型本科人才。

#### 七、学制、学位

四年制，管理学学士。

## (一) 通识教育课程 (A)

### 1. 通识教育必修课程 (A1类课程)

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时								
					一	二	三	四	五	六	七	八	
72540052	思想道德与法治 Ideological Morality and Rule of Law	40		2.5	3								
72451-8#	形势与政策 Situation and Policy	64		2.0	每学期8学时								
72330052	马克思主义基本原理 Basic Principles of Marxism	40		2.5				3*					
72500052	中国近现代史纲要 The Outline of Modern Chinese History	40		2.5		3							
72370052	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 An Introduction to Mao Zedong Thought and the Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics	40		2.5			3*						
7M030062	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 Introduction to Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	48		3.0				3*					
40010034	大学计算机基础 Computer Fundamentals	24	12 (上机)	1.5	4								
5B200074	Python程序设计 Python Programming	56	28 (上机)	3.5		4*							
53221-2#	经济应用数学一 Economically Applied Mathematics I	96		6.0	3*/40 2.5	4*/56 3.5							
53231-2#	经济应用数学二 Economic Applied Mathematics II	80		5.0		2*/32 2.0	3*/48 3.0						
76021-4#	大学外语(英语、日语、俄语等) College Foreign Languages (English, Japanese, Russian, etc.)	160		10.0	2*/32 2.0	3*/48 3.0	3*/48 3.0	2*/32 2.0					
99011-4#	体育 Physical Education	144		8.0	2/36 2.0	2/36 2.0	2/36 2.0	2/36 2.0					
99510042	军事理论 Military Theory	36		2.0		2							
72430042	大学生心理健康教育 Education of Psychological Health for College Students	32		2.0		3							

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时								
					一	二	三	四	五	六	七	八	
94010022	国家安全教育 National Security Education	16		1.0	2								
9H930022	劳动教育 Labour Education	16		1.0		2							
<b>A1</b>	<b>应修小计</b>	<b>932</b>	<b>40</b>	<b>55.0</b>									

## 2.通识教育选修课程（A2、A3类课程）

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时								
					一	二	三	四	五	六	七	八	
<b>A2</b>	中国共产党简史 History of the Communist Party of China	16		1.0		第2学期							
	艺术素养类 Artistic Accomplishments	16		1.0									
	创新创业 Innovation and Entrepreneurship	16		1.0		2							
<b>A3</b>	公共选修课 Public Elective Courses	32		2.0									
	<b>应修小计</b>	<b>80</b>		<b>5.0</b>									
<b>A</b>	<b>应修合计</b>	<b>1012</b>	<b>40</b>	<b>60.0</b>									

说明：（1）周学时后用“\*”标注的课程为考试课程。

## (二) 专业基础课程 (B)

### 1. 专业基础必修课程 (B1类课程)

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时								
					一	二	三	四	五	六	七	八	
64670012	营销专业导论 Professional introduction to Marketing	8		0.5	2								
61470062	经济学原理 Principles of Economics	48		3.0			4*						
71130062	管理学原理 Principles of Management	48		3.0		3*							
60010062	统计学 Statistics	48		3.0			3*						
62010062	会计学 Accounting	48		3.0				3*					
60020062	市场营销学 Marketing	48		3.0			3*						
64250052	消费者行为学 Consumer Behavior	40		2.5				3*					
63160042	管理信息系统 Management Information System	32		2.0					3				
66010042	人力资源管理 Human Resource Management	32		2.0					2				
<b>B1</b>	<b>应修小计</b>	<b>352</b>		<b>22.0</b>									

### 2. 专业基础选修课程 (B3类课程)

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时								
					一	二	三	四	五	六	七	八	
70420042	经济法 Economic Law	32		2.0							2		
66020042	企业战略管理 Enterprise Strategic Management	32		2.0			2						
64700044	现代广告学 Modern Advertising	32	8	2.0				2					
62100044	财务管理 Financial Management	32	8	2.0							2		
61300042	国际贸易理论与实务 The Theory and Practice of International Trade	32		2.0					2				

72280042	组织行为学 Organizational Behavior	32		2.0					2			
61040042	金融学 Finance	32		2.0					2			
66070042	管理沟通 Management Communication	32	8	2.0						2		
6D140042	计量营销学 Quantitative Marketing	32		2.0						2		
<b>B3</b>	<b>小计/应修小计</b>	<b>288/144</b>		<b>18.0/9.0</b>								
<b>B</b>	<b>应修合计</b>	<b>496</b>		<b>31.0</b>								

说明：（1）周学时后用“\*”标注的课程为考试课程。

### (三) 专业课程 (C)

#### 1. 专业必修课程 (C1类课程)

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时							
					一	二	三	四	五	六	七	八
64730052	品牌管理 Brand Marketing	40		2.5						3*		
64170044	市场调查与预测 Market Research and Prediction	48	8	3.0					3*			
71840052	公共关系学 Public Relations	40		2.5					3*			
64290042	企业营销策划 Marketing Planning	32		2.0						2*		
64110042	服务营销学 Service Marketing	32		2.0						2*		
64120054	网络营销 E-Marketing	40		2.5						3*		
64380042	国际市场营销 (双语) International Marketing	32		2.0							4*	
64390052	营销案例研究 Case study on Marketing	40		2.5							4	
<b>C1</b>	<b>应修小计</b>	<b>304</b>	<b>8</b>	<b>19.0</b>								

#### 2. 专业选修课程 (C3类课程)

课程代码	课程名称	总学时数	实践与实验学时数	学分数	各学期周学时							
					一	二	三	四	五	六	七	八
64720044	现代推销学 Modern Selling	32	8	2.0				2				
64080042	跨国经营学 Transnational Management	32		2.0					2			
64350044	国际商务谈判 (双语) International Business Negotiation	32	8	2.0						4*		
61160044	电子商务 E-commerce	32	8	2.0						2		
64160044	客户关系管理 Customer Relationship Management	32	8	2.0					2*			
64740042	销售管理 Sales Management	32		2.0							2	
7C380044	新媒体营销	32		2.0						2		
66060042	企业文化 Enterprise Culture	32		2.0							4	
64260042	营销风险管理 Marketing Risk Management	32		2.0							4	
<b>C3</b>	<b>小计/应修小计</b>	<b>288/160</b>		<b>180/100</b>								
<b>C</b>	<b>应修合计</b>	<b>464</b>	<b>8</b>	<b>29.0</b>								

说明: (1) 周学时后用“\*”标注的课程为考试课程。

附件2 实践性教学环节计划表

实践环节名称	类型	周数	学分数	学期	起止周数
军训 Military Training	校内	2.5	2.5	1	2-4
市场营销课程设计 Marketing Cours Design	校内	1	1.0	4（学期）/ 20（周学时）	17-17
专业认知实习 Professional Cognitive internship	校外	1	1.0	4（学期）/ 20（周学时）	0-0
企业经营模拟沙盘演练 Business Simulation sand Table	校内	1	1.0	4（学期）/ 20（周学时）	18-18
市场营销综合实验 Marketing Training Course	校内	20学时	1.0	5（学期）/ 20（周学时）	18-18
网络营销实验 Network Marketing Experiment	校内	20学时	1.0	6（学期）/ 20（周学时）	18-18
营销专业实习 Marketing Professional Practice	校外	1	1.0	6（学期）/ 20（周学时）	0-0
专业综合实践（实训） Comprehensive Professional Practice (Practical Training)	校内	30学时	1.5	7（学期）/ 20（周学时）	11-12
毕业环节 Graduation Thesis	校内	26	18.0	7-8	7-18 1-14
第二课堂 Second Class	校内		2.0	1-4	课外
劳动教育实践 Labour Education Practice	校内		1.0	1-8	课外
创新创业与竞赛活动 Innovationand Competition	校内		1.0	1-8	课外
思想政治理论课实践 Practice Teaching of Political and Ideological Theory	校内		2.0	对应课程所在学期	课外
课外体育锻炼 Extracurricular Physical Exercise	校内		2.0	1-6	课外
体育健康标准辅导测试 PE Health Standard Test	校内		/	5-8	课外
<b>总计</b>			<b>36.0</b>		

说明：（1）毕业环节包含毕业论文（设计）、毕业实习等，其中毕业论文（设计）周数为18周；  
（2）第二课堂包含社会实践、校园文化活动、志愿服务、社会工作、技能培训等。

制（修）定人：赵明明    审核人：王启万    审定人：李  颖