

# 市场营销专业辅修学士学位人才培养方案

(专业代码: 120202)

## 一、培养目标

本专业为适应市场经济和社会发展的需要,培养德、智、体、美全面发展,具有扎实的经济学、管理学基础理论,掌握市场营销的基本理论和方法,具备良好的创新、创业意识和实践技能,能熟练利用外语和计算机等现代化手段在企事业单位从事市场营销管理、营销策划、销售管理、电子商务等工作的具有创新精神,技能精、素质高的应用型人才。

## 二、毕业要求

综合素养/价值观: 具有人文底蕴、科学精神、职业素养和社会责任感,了解国情社情民情,践行社会主义核心价值观。
知识/技能/视野: 具有扎实的基础知识和专业知识,掌握经济学、管理学的基本原理。充分了解市场营销理论前沿和实践发展现状,了解本专业及相关领域最新动态和发展趋势。具有营销策划、营销管理的基本能力和较强的市场开拓能力,具有现代营销和国际视野。
思维/创新: 具有批判性思维和创新能力。能够发现、辨析、质疑、评价本专业及相关领域现象和问题,表达个人见解。具有分析、研究和解决市场营销领域复杂问题的能力。能够发现、辨析、质疑、评价本专业及相关领域现象和问题,合理并恰当地表达个人见解。具备一定的创新精神、创业意识和创新创业能力。
解决问题: 具有解决复杂问题的能力。能够对市场营销专业领域复杂问题进行综合分析和研究,并通过文献研究、市场调查、问卷设计、数据分析等手段,对各类企业尤其是电子商务企业提出的实际问题进行综合分析和研究,获得合理有效的结论,并提出相应对策建议或解决方案。
使用工具: 熟练掌握 1 门外语,具备较强的外语听说读写译的能力;熟练使用计算机操作系统,熟练使用各类营销软件;能熟练应用经济数学解决实际问题,熟练运用数据库查询各类资料,撰写学年论文及毕业论文。
沟通表达: 具有较强的沟通表达能力。能够通过口头和书面表达方式就市场营销的各类问题与企业进行有效沟通与交流。具备良好的语言表达能力与文字撰写能力。
团队合作: 具有良好的团队合作能力。能够与团队成员和谐相处,协作共事,并作为成员或领导者在团队活动中发挥积极作用。
国际视野: 具有国际视野和国际理解能力。了解国际市场营销动态,关注全球性经济问题与营销问题,理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性。
终身学习: 具有终身学习意识和自我管理、自主学习能力,能够通过不断学习营销领域新知识和新技能,熟悉互联网营销和新营销业态,适应社会和个人可持续发展。
职业规范: 具有人文社会科学素养、社会责任感,能够在工程实践中理解并遵守职业道德和规范,履行责任,具有社会责任感和人文关怀意识。
创新创业能力: 掌握开展创业活动所需要的基本知识,具有整合创业资源、设计创业计划以及创办和管理企业的综合素质,具有创新意识和创新能力,积极主持或参加校级或省级大学生创新创业项目和参与各类创新创业活动。

### 三、主干学科

本专业所属主干学科为管理学。

### 四、学制

学制 2 年。

### 五、授予学位

管理学学士。

### 六、学分要求

应完成总学分 43.5 学分。其中理论教学 32.5 学分，实践教学 11 学分。

### 七、教学计划表

课程编号	课程名称	总学分	总学时	学时分配		考核方式	开课学期	备注
				理论	实践			
140166	微观经济学	3.0	48	32	16	考试	5	
140067	管理学	2.5	48	32	16	考试	5	
140094	基础会计学	2.5	48	32	16	考试	5	
140153	统计学原理	2.5	48	32	16	考试	5	
140082	宏观经济学	3.0	48	32	16	考试	6	
140203	市场营销学	3.0	48	40	8	考试	6	
140040	电子商务概论	3.0	48	32	16	考试	6	
140176	消费者行为学	3.0	48	32	16	考试	6	
140144	市场调查与预测	3.0	48	32	16	考试	7	
140173	现代广告学	3.0	48	40	8	考试	7	
140172	物流管理	2.0	32	32		考试	7	
140161	网络营销	2.0	32	32		考试	8	
140001	企业沙盘对抗实训	1.0	32		32	考查	8	
140308	毕业论文	10	12W		12W		8	
	小计	43.5	576	400	176			

方  
案 制 定  
执 笔 人：  
陈 卫 峰、  
苏 霞  
编  
写 成 员：  
李 晶、龚  
奕、田 园、  
陈 博、  
方  
案 制 定  
负 责 人：  
刘 鸿 明、  
闫 荣 国、  
陈 卫 峰