

市场营销专业人才培养方案

(专业代码: 120202)

一、培养目标

本专业适应市场经济和社会发展的需要,立足西安,面向陕西,培养德、智、体、美、劳全面发展,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、互联网营销等工作的具有创新精神,技能精、素质高的应用型人才。

本专业预期学生毕业5年左右达到以下目标:

- 1.能胜任各类中小企业的产品销售工作、市场调研工作。
- 2.能胜任营销策划、客户关系管理等岗位工作。
- 3.具有较强的语言文字表达能力、人际沟通以及分析和解决实际营销问题的能力。
- 4.具有获取信息、进行经济活动分析的能力。
- 5.具备良好的自主学习与终身学习能力,具备较强的创新能力。

二、毕业要求

1. 综合素质和价值观

1.1 具有人文底蕴、科学精神、职业素养和社会责任感,具备一定的体育素质、美学素养和劳动能力,了解国情社情民情。

1.2 践行社会主义核心价值观。

2. 知识、技能和视野

2.1 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。

2.2 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。

2.3 具有市场策划、营销管理的基本能力和较强的市场开拓能力,具有现代营销视野。

3. 思维和创新

3.1 具有批判性思维 and 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,能够合理表达个人见解。具有分析、研究和解决市场营销领域复杂问题的能力。

3.2 具备一定的创新精神、创业意识和创新创业能力。

4.解决问题

4.1 具有研究和解决市场营销领域问题的能力。

4.2 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。

5.使用工具

5.1 熟练掌握 1 门外语，具备较强的外语听说读写译的能力。

5.2 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。

5.3 熟练运用数据库查询各类资料，撰写学年论文及毕业论文。

6.沟通表达

6.1 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。

6.2 具备良好的语言表达能力与文字撰写能力。

7. 团队合作

7.1 具有良好的团队合作能力。

7.2 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。

8.终身学习

8.1 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。

8.2 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。

9.职业规范

9.1 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。

9.2 履行责任，具有社会责任感和人文关怀意识。

10.创新创业能力

10.1 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。

10.2 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、毕业要求与课程关联矩阵

课程性质	课程名称	毕业要求									
		综合素养	知识技能	思维创新	解决问题	使用工具	沟通表达	团队合作	终身学习	职业规范	创新创业
公共基础课程 必修	思想道德修养与法律基础	H	M					H		M	
	中国近现代史纲要	H	M							M	
	马克思主义基本原理概论	H	M							M	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H	M							M	
	形势与政策	H						M		M	

课程性质	课程名称	毕业要求									
		综合素养	知识技能	思维创新	解决问题	使用工具	沟通表达	团队合作	终身学习	职业规范	创新创业
公共基础课程 必修	大学英语		H								
	公共体育	H									
	大学信息技术基础			M		H					M
	职业发展与就业创业教育			M			M			M	H
	心理健康与安全教育	H								M	
专业核心课程 必修	高等数学	H	H		H	H				M	
	线性代数	M	M		H	H					
	概率论与数理统计 B	M	M		M	H					
	微观经济学		H		M						M
	宏观经济学	M	H	M	M						L
	管理学	H	H	M	M						
	统计学	H		H		H					
	基础会计学			H		H					
	市场营销学	M						H		M	
	电子商务概论			H				H			M
	消费者行为学			H				H			
	市场调查与预测			H				H			
	现代广告学		M	H							
	国际市场营销学			H							
	品牌管理			H	M						
物流管理		M	H	M		M					
专业选修方向 (网络渠道营销)	销售管理			H							
	营销渠道管理						M		M	M	H
	网络营销		H	M							
	商务沟通			H			H				
	公关礼仪			H	M		H				M
	创业学						H	H			H
	电子商务案例分析		H		H		H				
	管理信息系统	H			H	H					
	营销风险管理	H									
	客户关系管理	M					H	H			
	服务营销学	H		H			H	H			
	供应链管理	H			H		H				
	人力资源管理	H					H	H		H	
	国际贸易理论与实务	H				M	H				
	金融学		M					H			H
新媒体运营	H						H			H	

课程性质	课程名称	毕业要求									
		综合素养	知识技能	思维创新	解决问题	使用工具	沟通表达	团队合作	终身学习	职业规范	创新创业
	网页设计与制作	H			H	H					
集中实践课程 必修	入学教育	H									
	军事训练与国防教育	M							M		
	公益劳动	H							M		
	认知实习（专业见习）		H				H	H	M		
	学年论文	H		H	H						
	毕业实习	H	H					H		M	
	毕业论文	M		H	H				H		L
	销售管理实训		H								
	品牌管理实训			H	M						
	SPSS 软件应用			H	M	H					
	ERP			H	M	H					
集中实践课程 必修	大学生创新创业培训									M	H
	市场营销模拟实验	M						H		M	
	网络营销模拟实验		H	M							
	营销渠道管理实训						M		M	M	H
	现代广告学实训		M	H							
	市场调查实训			H				H			
	电子商务模拟实验			H				H			M
	管理信息系统实训	H			H	H					
	网页设计与制作实训	H			H	H					

备注：1. 表中课程为：公共基础课程、学科专业基础课程、专业核心课程、集中实践课程与主要的第二课堂实践与创新活动。

2. 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，一般一门课程最多支撑 5 项毕业要求。课程支撑毕业要求的关联度由课程教学大纲中的教学目标分条说明确定。

四、主干学科与核心课程

主干学科：工商管理学

核心课程包括统计学、基础会计学、市场营销学、电子商务概论、消费者行为学、市场调查与预测、现代广告学、国际市场营销学、品牌管理等。

五、学制与修业年限

学制四年，修业年限 4—6 年。

六、授予学位

管理学学士。

七、各类课程学时、学分分配及毕业条件

课程类别	课程性质	学分数	学时数	学时分配		学分比例
				讲授	实践	
公共基础课程	必修	40.5	688	544	144	24.7%
	选修	8	128	128		4.9%
学科专业基础课程	必修	18	304	304		11%
专业核心课程	必修	23	368	340	28	14%
专业（方向）选修课程	选修	31.5	528	456	72	19.2%
集中实践课程	必修	43	384		384	26.2%
	选修					
第二课堂实践与创新创业活动		8				
合 计		164	2400	1772	628	100%
总学分 164，总学时 2400，其中课堂讲授 1772，实践学时 628；集中性实践教学 43 学分，实践教学总学分 51 学分，实践教学占总学分 31.1%。 必修课 124.5 学分，占总学分 75.91%，1744 学时，占总学时 72.67%；选修课 39.5 学分，占总学分 24.09%，656 学时，占总学时 27.33%。						

本专业要求学生毕业时，应完成总学分 162 学分，其中包括公共基础必修 40.5 学分，公共选修 8 学分，学科专业基础必修 18 学分，专业核心课程必修 23 学分，专业（方向）选修 31.5 学分，集中实践课程 41 学分。第二课堂实践与创新创业活动 8 学分，不计入总学分。

八、专业教学计划表

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	总学分	总学时	学时分配		考试学期	考查学期	备注
						理论	实践			
通识教育平台	公共基础课程必修	G00014	思想道德修养与法律基础	3	48	48		2		
		G00015	中国近现代史纲要	3	48	48		1		
		G00016	马克思主义基本原理概论	3	48	48		4		
		G00017	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	5	48	48	2W	3		
		G00018	形势与政策	2	32	32			1-4	
		G00055	大学英语 I/II	4	64	64		1		
		G00019	大学英语 II/III	4	64	64		2		
		G00020	大学英语 III/IV	4	64	64		3		
		G00049	写作与表达	2	32	32			3	
		901101	公共体育 I	1	32		32	1		
		901102	公共体育 II	1	32		32	2		
		901103	公共体育 III	1	32		32	3		
		901104	公共体育 IV	1	32		32	4		
		G00054	大学信息技术基础	2.5	48	32	16	1		
		G00047	职业发展与就业创业教育	2	32	32			4	
G00048	心理健康与安全教育	2	32	32			2			
小计				40.5	688	544	144			

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	总学分	总学时	学时分配		考试学期	考查学期	备注	
						理论	实践				
课程类 育平台	选修	公共选修课程		8	128	128					
		备注		全校学生必须从创新与创业类、艺术与审美类中各选 2 学分，从人文与社会类、技术与工具类、科学与环境类中选修 2 类课程，4 学分，共修够 8 学分方可毕业。							
专业教育 平台	学科专业 基础课程 必修	G00030	高等数学 C I	4	64	64		1			
		G00031	高等数学 C II	3	48	48		2			
		G00034	线性代数	2	32	32		2			
		G00033	概率论与数理统计 B	2	32	32		3			
		140068	管理学	2.5	48	32	16	1			
		140170	微观经济学	2.5	48	32	16	2			
		140084	宏观经济学	2	32	32			3		
		小计				18	304	272	32		
		备注									
	专业核心 课程必修	140154	统计学	2	32	32			2		
		140095	基础会计学	3	48	32	16	2			
		140148	市场营销学	3	48	48		1			
		140040	电子商务概论	2	32	32		4			
		140176	消费者行为学	3	48	32	16	2			
		140144	市场调查与预测	2	32	32			4		
		140174	现代广告学	2	32	32		3			
		140078	国际市场营销学	2	32	32			4		
		140124	品牌管理	2	32	32			4		
		140172	物流管理	2	32	32			5		
		小计				23	368	340	60		
	专业选修 方向 (网络渠道营 销方向)	140177	销售管理	2	32	32		5			
		140184	营销渠道管理	2	32	32		5			
		140161	网络营销	2	32	32		6			
		140131	商务沟通	2	32	32			5		
		140057	公关礼仪	2	32	32			5		
		140034	*创业学	2	32	20	12		6		
		140036	电子商务案例分析	2	32	32			6		
		140066	管理信息系统	2.5	48	32	16	4			
		140183	营销风险管理	2.5	48	32	16	4			
		140119	客户关系管理	2.5	48	32	16		6		
		140053	服务营销学	2	32	32		6			
		140269	供应链管理	2	32	32			7		
		140129	人力资源管理	2	32	32			7		
140164		网页设计与制作	2	32	20	12		7			
140026		财务管理学	2	32	32			6			
140077		国际贸易理论与实务	2	32	32			6			
140111	金融学	2	32	32			5				
140274	新媒体运营	2.5	48	32	16	4					
小计				31.5	528	456	72				
备注：专业选修课至少选够 31.5 学分课程											
集中		入学教育		1W							

课程类别	课程性质	课程编号	课程名称	总学分	总学时	学时分配		考试学期	考查学期	备注	
						理论	实践				
专业教育平台	实践课程必修	G00043	军事训练与国防教育	2	2W				1		
			公益劳动		2W				1		
		140130	认知实习（专业见习）	2	2W				6		
		140180	学年论文	3	3W				6		
		140015	毕业实习	10	10W				7		
		140307	毕业论文	12	12W				8		
		小计			29						
	备注										
	集中实践课程必修	140178	销售管理实训	1	32		32		5		
		140125	品牌管理实训	1	32		32		4		
		140006	SPSS 软件应用	1	32		32		3		
		140002	ERP	1	32		32		6		
		140035	*大学生创新创业培训	2	2W		2W		6		
		140146	市场营销模拟实验	1	32		32		3		
		140162	网络营销模拟实验	1	32		32		6		
		140185	营销渠道管理实训	1	32		32		5		
		140175	现代广告学实训	1	32		32		3		
140143		市场调查实训	1	32		32		4			
140042		电子商务模拟实验	1	32		32		4			
140058		公关礼仪实训	1	32		32		5			
140165		网页设计与制作实训	1	32		32		7			
小计			14	384							
备注											
总计				164	2400						

九、第二课堂实践与创新活动安排表

类别	活动内容	学分	活动安排及要求	考核办法
思想道德素质	思想理论课社会实践	1-4	党团课教育合格者，认定 0.5 分；团干部培训合格者，认定 1 分	统计参加情况
科技创新创业	1. 公开发表学术论文 2. 主持或参与教师科研项目 3. 国家、省部级大学生学术科技竞赛 4. 大学生科技项目立项研究 5. 我院大学生科技文化节活动等	1-4	第一作者/第二作者/第三作者/其他作者 一等奖/二等奖/三等奖/其他	成果、获奖或参与
技能拓展	1. 通过大学英语四级考试 2. 通过计算机等级考试 3. 取得职业技能资格证书（如：教师资格证、营销员资格证、电子商务师资格证、普通话等级证）	0-2	依据取得证书级别认定	证书
文体活动	1. 省部级以上文化、文艺、体育竞赛 2. 我院大学生艺术节相关活动 3. 我院阳光体育活动	0-2	一等奖/二等奖/三等奖/其他	获奖或参与

类别	活动内容	学分	活动安排及要求	考核办法
社会实践	1. 参加学生社团 2. 学生干部岗位历练 3. 社会调研	0-2	一等奖/二等奖/三等奖/其他	调查报告或工作总结
志愿服务	暑期“三下乡”社会实践或青年志愿者活动	0-2	寒暑假，积极参加社会实践5天以上，并撰写调查报告者记0.5，最高2分；	调查报告或工作总结
读书阅览	阅读本专业的必读书目，完成读书笔记3万字以上	2	参加4次并撰写2000字以上笔记或心得	读书笔记

十、辅修专业教学计划表

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			
140169	微观经济学	3	48	32	16	考试	1	
140084	宏观经济学	3	48	32	16	考试	2	
140091	管理学	2.5	48	32	16	考试	1	
140110	基础会计学	3	48	32	16	考试	1	
140189	统计学	2.5	48	32	16	考试	1	
140137	市场营销学	3	48	40	8	考试	2	
小计		17	288	200	88			

方案制定执笔人：陈卫峰、苏霞

编写成员：龚奕、田园、潘雨相、李羽晴、李晓宁（西北政法大学商学院教授，硕士生导师）、

张大治（方正国际软件有限公司销售总监）、段伟（西安野生动物园总经理）

方案制定负责人：刘鸿明、闫荣国