

工商管理学院

市场营销专业2021级本科人才培养方案

一、培养目标

本专业主要为满足粤港澳大湾区国家战略和广东经济社会发展的人才需要，培养具备扎实的现代市场营销专业理论基础、较高的人文科学素养和全球战略眼光，掌握现代数字营销技术和商法融合系统知识，能践行社会主义核心价值观，胜任数字经济时代人工智能、物联网、大数据、云计算等条件下营销活动所需的知识、能力和素质要求，在企事业单位中成为独当一面的复合型、应用型高级营销专业人才。

二、培养要求

1. 知识结构要求：

- (1) 掌握管理学、经济学及市场营销的基本理论和基本知识；
- (2) 熟悉与市场营销有关的方针、政策及法规；
- (3) 了解本学科理论和实践前沿与发展动态。

2. 能力结构要求：

- (1) 熟练运用计算机、网络及市场营销相关的常用办公、统计、企业信息管理软件；
- (2) 具有较强的表达沟通、组织协调及领导能力；
- (3) 掌握一门外语，具备良好的听、说、读、写能力；
- (4) 掌握文献检索、资料查询的基本方法；
- (5) 掌握市场营销常用定性、定量研究分析方法，具备一定科学研究和实际工作能力；
- (6) 具有适应不同工作任务和自我学习的能力；
- (7) 具备创新意识和创业能力。

3. 素质结构要求：

- (1) 具备良好的商业常识，熟悉商业运作和交往的规则和礼仪；
- (2) 具有开阔的国际视野、系统思维和创新思维；
- (3) 具有独立人格和广泛的兴趣爱好；
- (4) 具有社会责任感和良好的职业道德。

三、主干学科

工商管理

四、所属专业类

工商管理类

五、专业核心课程

管理学、战略管理、会计学、人力资源管理、市场营销学、市场研究、消费者行为学、零售学、全渠道营销、服务营销、互联网营销、营销策划、创业学

六、标准修业年限

四年

七、授予学位

管理学学士

八、修读要求

学生应修满 163 学分（不含课外学分），其中通识必修课 51 学分、通识选修课 15 学分，学科基础课 43 学分，专业必修课 42 学分、专业选修课 12 学分；同时，还须获得 10 个素质拓展课外学分。辅修总学分为 45 学分，其中学科基础课 18 学分，专业必修课 27 学分。我校港澳台学生用“中国概况”、“中国特色社会主义理论与实践”两门国情类课程替代思想与政治必修课程（其中“国家安全教育”和“大学生劳动教育”除外，港澳台学生仍须修读）。

市场营销专业表一：毕业应修学分表（不含课外学分）

课程类型	课程性质	主修最低 毕业学分	主修各学期最低学分								辅修学分
			1	2	3	4	5	6	7	8	
通识课	必修	51	17.5	12	8.5	5.5	2.5	5	0	0	0
	选修	15	2	2	3	2	3	3	0	0	0
学科基础课	必修	43	7	13	9	10	2	2	0	0	18
专业课	必修	42	1	0	3	8	11	10	2	7	27
	选修	12	0	0	2	3	4	3	0	0	0
合计		163	27.5	27	25.5	28.5	22.5	23	2	7	45

表二：教学计划进度

课程类别	课程模块	课程性质	课程代码	课程名称	学分	授课周数	总学时	学时分配			开课学期		建议修读学期	辅修课程	考核方式	
								理论讲授学时	实践学时			春季学期				秋季学期
									实验	实习	其他					
通识课	思想与政治	必修	2114005X	形势与政策 I	0.5	8	8	8	0	0	0			1	否	考查
			19140041	军事理论 II	1	15	15	15	0	0	0			1	否	考查
			21300012	大学生劳动教育	2	15	30	30	0	0	0			1	否	考试
			19410041	军事理论 I	1	15	15	15	0	0	0			1	否	考查
			21140032	思想道德与法治	2	15	30	30	0	0	0			1	否	考试
			21410011	国家安全教育	1	16	16	16	0	0	0			2	否	考查
			21140043	马克思主义基本原理	3	16	48	48	0	0	0			2	否	考试
			2114006X	形势与政策 II	0.5	8	8	8	0	0	0			2	否	考查

通识课	科、跨专业																		
	法治与社会	选修	见《广东财经大学2021年版通识选修课程设置一览表》																
	湾区视野	选修	见《广东财经大学2021年版通识选修课程设置一览表》																
学科基础课	基础课	必修	16025803	管理学	3	15	45	45	0	0	0			1	是	考试			
			16175904	微积分Ia	4	15	60	60	0	0	0		√	1	否	考试			
			16177804	微积分 I	4	15	60	60	0	0	0		√	1	否	考试			
			16096303	微观经济学	3	16	48	48	0	0	0			2	是	考试			
			20010013	市场营销学	3	16	48	40	8	0	0			2	是	考试			
			16164903	商法	3	16	48	48	0	0	0			2	是	考试			
			16068104	微积分II	4	16	64	64	0	0	0	√		2	否	考试			
			16185304	微积分IIa	4	16	64	64	0	0	0	√		2	否	考试			
			16071103	线性代数a	3	16	48	48	0	0	0		√	3	否	考试			
			16046303	统计学	3	16	48	48	0	0	0			3	是	考试			
			16140803	线性代数	3	16	48	48	0	0	0		√	3	否	考试			
			16000903	宏观经济学	3	16	48	48	0	0	0			3	是	考试			
			16173604	概率论与数理统计	4	16	64	64	0	0	0	√		4	否	考试			
			16048703	人力资源管理	3	16	48	48	0	0	0			4	否	考试			
			16097004	概率论与数理统计a	4	16	64	64	0	0	0	√		4	否	考试			
			16046103	会计学	3	16	48	48	0	0	0			4	否	考试			
			16003902	战略管理	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考查			
			18010082	创业学	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考试			
			专业课	专业基础	必修	18010021	市场营销专业导论	1	15	15	15	0	0	0			1	是	考查
						16027903	营销策划	3	16	48	48	0	0	0			3	是	考试
18010213	市场研究	3				16	48	0	48	0	0			4	是	考试			
16015002	零售学	2				16	32	32	0	0	0			4	是	考试			
16059302	商业伦理	2				16	32	32	0	0	0			4	是	考试			
16238701	工商管理法案例专题	1				16	16	16	0	0	0			4	是	考试			
专业基础	必修	21010092		营销模拟与诊断	2	16	32	0	32	0	0			5	否	考试			
		16030902		服务营销	2	16	32	32	0	0	0			5	是	考试			
		16092203		消费者行为学	3	16	48	48	0	0	0			5	是	考试			
		18010231		专业论文写作	1	8	16	16	0	0	0			6	是	考试			
		18010222		互联网营销	2	16	32	32	0	0	0			6	是	考试			
		21010102		全渠道营销	2	16	32	32	0	0	0			6	是	考试			
专业	选修	21010132		奢侈品零售	2	16	32	32	0	0	0			3	否	考查			
		21010122	新媒体营销	2	16	32	32	0	0	0			3	否	考查				

专业 课	方向	21010182	营销数据可视化	2	16	32	0	32	0	0			4	否	考查
		21010172	Python与营销应用	2	16	32	0	32	0	0			4	否	考查
		16107402	新产品开发与管理	2	16	32	32	0	0	0			4	否	考查
		16073802	公共关系学	2	16	32	32	0	0	0			4	否	考查
		16099302	广告策划与管理	2	16	32	32	0	0	0			4	否	考查
		21010202	营销理论前沿	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考查
		16080202	体验营销	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考查
		21010112	数据库与客户关系管理	2	16	32	16	16	0	0			5	否	考查
		16181602	全球营销管理（双语）	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考查
		16108702	财务管理	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考试
		16017202	销售管理	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考查
		16158302	公司治理	2	16	32	32	0	0	0			5	否	考查
		16030502	大数据营销	2	16	32	0	32	0	0			5	否	考查
		21010192	社交零售与社群运营	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考查
		21010082	供应链管理	2	16	32	28	4	0	0			6	否	考查
		16137702	BtoB营销	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考查
		16181002	组织行为学	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考查
		21010142	商务沟通	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考查
		18010192	运营管理	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考试
		16101602	品牌营销	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考查
		16176602	网店营销	2	16	32	32	0	0	0			6	否	考查
		21010212	营销建模与工程	2	16	32	0	32	0	0			6	否	考查
	综合 运用	21240012	人工智能与商业智能	2	8	32	0	32	0	0			5	否	考查
		21010152	供应链管理系统	2	8	32	0	32	0	0			5	否	考查
		16014901	学年论文	1	0	0	0	0	0	0			6	否	考查
		21010161	企业调研与实践	1	2	0	0	0	0	0			6	否	考查
		16087403	企业行为模拟	3	12	48	0	48	0	0			6	否	考查
		16072202	毕业实习I(校内仿真综合实习)	2	5	120	120	0	0	0			7	否	考查
		16075302	毕业实习II(校外实地实习)	2	10	0	0	0	0	0			8	否	考查
		16226005	毕业论文	5	0	0	0	0	0	0			8	是	考查

备注：

1. 通识选修课修读要求为15学分，学生至少修读4个模块，其中文学与艺术模块至少修读2学分、思想与政治模块至少修读3学分（“马克思主义中国化进程与青年学生使命担当”课程为必须修读课程；“四史（党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史）”四门课程中至少修读一门课程；港澳台学生不设置修读思想与政治模块的选修课程要求）。

2. 辅修专业

（1）辅修专业须跨学科门类修读，从第3学期始，学生可以选择修读辅修课程。

（2）辅修课程总学分为45学分。

（3）取得辅修资格前修读“跨学科、跨专业”模块中的课程且获得学分，如与辅修专业人才培养方案中尚未修读课程完全相同，将认定为辅修课程（不再认定为通识选修课学分）。

（4） $30 \leq \text{获得学分} < 45$

且达到颁发辅修专业毕业证书条件者，颁发辅修专业毕业证书；获得45学分且达到授予辅修专业学士学位条件者，授予辅修专业学士学位。

3. 港澳台学生国情教育必修课程：（1）大学生劳动教育，课程代码为21300012, 2学分，30学时，第1学期按设置学期开

设,考核方式为考试。(2)国家安全教育,课程代码为21410011,1学分,16学时,第2学期按设置学期开设,考核方式为考查。(3)中国概况,课程代码为18140124,4学分,64学时(均为理论学时),第5学期按设置学期开设,考核方式为考试。(4)中国特色社会主义理论与实践,课程代码为18140133,3学分,48学时(均为理论学时),第6学期按设置学期开设,考核方式为考试。

4. 港澳台学生国情教育通识选修课程:学生在“国情教育学习平台”学习且通过相应课程考核,可减免通识选修课程总学分2学分。

5. 本专业为强化特色营销人才培养,特设置两大专业特色模块:大数据营销模块和新零售模块。每个模块均设置了四门专业选修课程。学生可以根据自己的兴趣和专长在专业选修课中选择某一模块的所有课程,即可掌握特色营销人才需要的基本知识体系,更好地胜任未来相关工作岗位。

本专业在第5学期将设置一个卓越人才班,并开设更高难度的几门课程,满足优秀学生的成长性需求。卓越人才班学生将在第四学期末选出。有意向进入卓越人才班的学生必须达到专业规定的选拔标准,入选后学习完卓越人才培养模块的所有课程,可被认定为卓越营销人才。

6. 专业选修课修读建议

(1)专业选修课程模块分类:市场营销专业的专业选修课分为大数据营销模块、新零售模块、卓越人才模块以及营销基础模块。其中,①大数据营销模块包括大数据营销、数据库与客户关系管理、Python与营销应用、营销数据可视化;②新零售模块包括新媒体营销、体验营销、奢侈品零售、社交零售与社群运营;③卓越人才模块包括新媒体营销、大数据营销、营销理论前沿、营销建模与工程;④其他专业选修课均属于营销基础模块。

(2)专业选修课各模块学分修读建议

专业选修课修读要求为12学分,四大模块课程向所有学生开放,建议有意向成为卓越营销人才和特色营销人才的学生,在对应大数据营销模块或新零售模块或卓越人才模块中修满8个学分。

专业负责人:

单位领导: