

市场营销专业人才培养方案

专业代码：120202 学科门类：管理学

一、培养目标

本专业旨在培养德、智、体、美全面发展的，系统掌握经济学、管理学、市场营销学基本理论，具备较强的市场调研、销售、营销策划等市场营销专业技能，具有创新精神和创业能力，毕业后能从事市场调研、市场开发、销售管理、营销策划等市场营销工作的高素质应用型人才。

二、培养规格

（一）知识要求

1. 通识知识

掌握马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论的基本原理和方法，掌握经济数学等基础理论知识，具备较开阔的人文社会科学和自然科学知识视野，具有熟练的外语与计算机应用能力。

2. 专业知识

熟悉营销运作的基本流程，理解企业经营的基本原理，掌握本专业所需的经济、管理、会计、法律等方面的基本知识。系统掌握市场营销、电子商务、消费者行为等基本理论，掌握市场调查、营销策划、产品推销、公共关系、广告等方面的理论知识。

（二）能力要求

1. 学习能力

具有良好的学习能力，养成较好的学习习惯。具有查阅本专业中外文献或其他资料、获得信息、拓展知识领域、继续学习并提高业务水平的能力，具有英语听、说、读、写的基本能力。

2. 思维能力

具有正确理解、分析、判断和推理事物的能力，具有较好的逻辑推理能力与表达能力。

3. 实践能力

通过让学生落户企业、深入实战的产教融合型办学特色，将部分课程的作业、案例分析、课堂讨论、期末总结、期末考核等教学环节和教学方法以及学科竞赛、创新项目、项目课程甚至毕业实习、毕业论文等环节结合所落户企业来开展，从而培养学生具有较强的市场运作及营销管理的能力，培养学生调查计划的制订，调查问卷的设计、发放、回收与整理，调查数据的统计，调查报告的撰写等市场

调查与分析的基本能力；培养学生产品展示与陈列、产品推销程序设计、推销方法与技巧、现场应变能力等产品推销的基本能力；培养学生营销诊断、营销方案的拟定与优化、营销方案的执行与控制、营销方案的效果评价等营销企划的基本能力；培养学生公共关系技巧、谈判技巧、渠道建设与合作、广告代理的选择、促销活动的组织与管理等营销沟通能力。最终将本专业学生培养成为熟悉(某一)行业运营规律、有能力解决企业一定的实际问题的召之即来、来之能战、战之能胜的应用型人才。

4. 创新能力

通过相关课程的学习以及学科竞赛、营销实战等方式培养学生具有营销案例分析、营销难点解决方案、营销冲突处理以及营销工具应用等创新能力。

(三) 素质要求

1. 思想道德、文化素质

热爱社会主义祖国，拥护中国共产党的领导，树立正确的世界观、人生观与价值观，愿为国家富强、民族振兴服务；具有良好的思想品德、社会公德、职业道德以及较高的科学思想和人文素养，求真务实的科学态度、实干创新的精神。

2. 身心素质

掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯，受到必要的军事训练，达到国家规定的大学生体育和军事训练合格标准，具有健康的体魄，保持良好心态，具备健全心理和良好的文明行为习惯。

三、学制与学位

学制：标准学制四年，修业年限为 4-6 年。授予学位：管理学学士

四、毕业要求

毕业须修满 161 学分，其中实践创新学分 10 分，同时取得市场营销经理助理或营销策划经理助理资格证书或其他相关职业资格证书。

五、主干学科

工商管理

六、主干课程

市场营销学、消费者行为学、市场调查、销售管理、营销策划、广告学、网络营销等。

七、主要实践教育课程

(一) 主要实训课

营销实战沙盘模拟实训、企业经营沙盘模拟实训

(二) 集中实践教学环节

1. 主要专业实践

VBSE 营销综合实训、VBSE 创新创业综合实训、VBSE 跨专业综合实训、销售管理项目课程、营销策划项目课程。

2. 毕业论文

毕业论文的选题应从本专业的培养目标出发,体现地方或行业企业急需的内容,尽量结合学生所对接企业的具体情况,积极推行“行业企业出题制”。行业企业负责毕业设计的实用性、前沿性,学校负责毕业设计的语言规范、理论指导和一定的学术性,发挥校企双方指导教师的优势,解决企业实际问题。具体成果包括:调研报告、企业的销售计划、营销策划方案、企业促销方案、产品研发方案等多种形式。

(三) 素质拓展与创新创业实践

素质拓展与创新创业实践包括思想道德素质、身心素质、执业素质、科技文化素质和创新创业等五个方面,共须取得 10 个学分。其中,思想道德素质学分通过参加公益活动、社会实践与社会调查活动等方式获得;身心素质学分通过参加文体活动(竞赛)、专业社团等形式获得;职业素质学分通过取得市场营销经理助理执业资格、营销策划经理助理执业资格、零售店店长职业资格等资格证书获得;科技文化素质学分通过参加学科专业竞赛、科技创新等方式获得。本专业主推大学生互联网+创新创业大赛、挑战杯创新创业大赛、全国大学生市场营销大赛等国家级学科竞赛;省级层面主推华创杯江西省大学生市场调查大赛、江西省科技技能大赛等;校内学科竞赛主要涉及到市场调研、销售、营销策划等专业技能方面。创新创业学分通过创新性学习、创业实践、发表论文或参加科技创新项目等方式获得,鼓励学生组建科技创新团队,申报各级各类科技创新项目。

八、课程结构体系及学时、学分分配比例表(附表一)

九、教学全程总时间分配表(附表二)

十、专业人才培养矩阵(附表三)

十一、教学进程总体安排表(附表四)

十二、辅修专业教学计划(附表五)

十三、学年课程设置一览表(附表六)

附表一:

课程结构体系及学时、学分分配比例表

课程平台	课程模块	学分	占总学分的比例(%)	学时			占总学时的比例(%)
				理论	实践	小计	
通识教育	公共基础课程	45	28%	690	158	848	40.5%

平台	公共选修课程	10	6%	160	---	160	7.7%
学科基础平台	学科基础课程	20	12%	338	8	346	16.6%
专业教育平台	专业核心课程	13	8%	234		234	11.2%
	专业选修课程	20	12%	360	---	360	17.2%
实践教育平台	实训课程	8	5%	---	142	142	6.8%
	集中实践	35	22%	---	---	---	---
	素质拓展与创新创业	10	6%	---	---	---	---
合计		161	100	1782	308	2090	100
理论与实践学分比例		67 : 33					

附表二：

教学全程总时间分配表

单位：周

年 级	学 期	理论教学	集中实践教学								考试	机动	社会实践	学期总周数
			军事训练	入学教育	课程实训	项目实训	毕业实习	毕业论文	毕业实习总结、毕业论文评审答辩	毕业教育				
一	1	16	2	1							1.5	0.5		21
	2	18									1.5	0.5		20
二	3	18									1.5	0.5		20
	4	18									1.5	0.5		20
三	5	18									1.5	0.5		20
	6	18			(1)						1.5	0.5		20
四	7				2	9		6				3		20
	8						8	4	3	1				16
合计		106	2	1	2	11	7	8	3	1	9	7		157

附表三：

市场营销专业人才培养矩阵

矩阵模块	规格要求	实现（课程或环节）
------	------	-----------

知 识	掌握基本的英语知识，达到大学英语四级水平，掌握基本的英语听、说、阅读知识；学习中国近现代历史知识人文基本知识等	中国近现代史纲要、大学英语、人文素养公选
	学习基本的大学数学知识，为进一步学习经济学知识奠定基础；学会基本的信息技术和计算机操作技术，能够运用计算机知识解决实际问题；学习一些基本的科学知识、科技创新知识。	经济数学、线性代数、概率论与数理统计、大学信息技术、科学素养公选、平面设计软件应用、网站建设与网页设计、学科专业竞赛、科技创新等
	学习基本的微观经济学和宏观经济学知识，并能运用经济学原理分析一些经济现象；有选择性的了解一些金融知识、证券投资知识、国际贸易知识、经济法律知识等。	微观经济学、宏观经济学、统计学、经济法、国际贸易实务、证券投资学
	掌握工商企业管理的基本知识，学会在掌握基础会计、财务管理等知识背景下进一步分析和理解企业战略管理知识、人力资源管理知识、企业组织行为知识、企业项目管理知识等。	管理学、财务管理、基础会计、企业战略管理、人力资源管理、组织行为学、项目管理
	掌握市场营销学基本知识，树立现代市场营销理念，掌握营销环境分析方法和营销策略组合知识；学习市场营销学前沿知识，了解在互联网背景下市场营销观念的具体变化和实际运用；了解市场营销案例分析的方法，从一些成功的营销案例中得到启示；掌握客户关系管理的基本原理，以及在营销实践中合理的运用。	市场营销学、网络营销、广告学、视觉营销、新媒体营销、数据化营销、客户关系管理、营销案例分析、品牌管理
能 力	能充分认识到市场调查对企业市场营销工作的重要意义，掌握市场调研基本方法、调研设计、问卷设计、数据整理与分析、撰写市场调研报告的能力。	市场调查、统计学
	掌握市场营销人员必须具备的销售能力及网路销售能力，能够通过所学商务谈判知识运用与商业实战之中。	销售管理、商务谈判、物流管理、电子商务
	掌握说企业市场营销环境分析的方法，能够通过SWOT分析发现企业所存在的关键问题；能够运用营销战略和营销策略有关知识制定企业具体的营销策划方案，具有较强的策划文案写作能力。	营销策划、公共关系学、企业形象策划、财经写作
	具有基本的逻辑推理与表达能力，为撰写营销策划案、企业营销计划、市场调研报告等奠定基础。	逻辑学、商务礼仪、商务英语
	通过沙盘模拟和VBSE实训模拟企业营销环境和状态，提高学生营销实战能力，提高学生运用营销原理的能力。	营销实战沙盘模拟实训、企业经营沙盘模拟实训、VBSE营销综合实训、VBSE跨专业综合实训、销售项目课程、策划项目课程
	培养学生创新、创业意识与能力，提高学生适应现代生活的能力及挑战自己极限的勇气。	新媒体营销、产品经理教程、创新创业基础、创新创业公选、学科竞赛活动、创新性学习、创业实践等

素质	全面提高学生政治思想素质、坚决与党中央保持一致、弘扬爱国主义精神，关心时事政治，关心国家大事，以更高的视角看待问题、解决问题。	马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策
	提高学生遵纪守法的意识，提高学生思想道德修养，热心公益活动，积极主动投身社会实践。	思想道德修养与法律基础、公益活动、社会实践与社会调查等
	加强学生身心素质锻炼，提高学生身体素质和军事素养，培养学生积极健康的心态，主动参与各项健康的问题活动，积极参与各类社团活动。	大学体育、大学生心理健康教育、军事训练及军事理论、大学生职业发展与就业指导、艺术素养公选、健康生活公选、文体活动（竞赛）、专业社团等

附表四：

一、教学进程总体安排表（通识教育平台）

课程模块	课程编码	课程名称	学分	学时				开设学期	考核方式	开设单位
				总学时	理论学时	实践学时	周学时			
公共必修课程	固定模块	12200101 思想道德修养与法律基础	2	32	32	0	2	1	○	12
		12200102 马克思主义基本原理概论	2	36	36	0	2	2	☆	12
		12200103 中国近现代史纲要	2	36	28	8	2	3	○	12
		12200104 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	54	54	0	3	4	☆	12
		12200105 形势与政策	2	36	36	0	专题	1-6	○	12
		06200101 大学英语 I	4	64	64		4	1	☆	06
		06200102 大学英语 II	4	72	72		4	2	☆	06
		06200103 大学英语 III	2	36	36		2	3	○	06
		09200101 大学体育 I	1	32	4	28	2	1	○	09
		09200102 大学体育 II	1	36	4	32	2	2	○	09
		09200103 大学体育 III	1	36	4	32	2	3	○	09
		09200104 大学体育 IV	1	36	4	32	2	4	○	09
		02200101 大学信息技术	3	48	36	12	3	1	☆	02
		10200103 大学生心理健康教育	1	18	14	4	2	2	○	10
		05200105 沐浴经典	1	18	14	4	2	3	○	05
		19200101 大学生职业发展与就业指导	2	36	30	6	专题	1、6	○	19
		08200102 创新创业基础	2	36	36		专题	3、	○	19
		小计	34	662	504	158				
	动	02200106 经济数学	6	96	96		6	1	☆	02

	态 模 块	02200105	线性代数 A	2	36	36		2	2	☆	02
		02200104	概率论与数理统计 A	3	54	54		3	3	☆	02
		小计		11	186	186					
		合计		45	848	690	158				
公共 选修课			人文素养类（2 门）	2	32	32					
			科学素养类（2 门）	2	32	32					
			艺术素养类（2 门）	2	32	32					
			健康生活类（2 门）	2	32	32					
			创新创业类（2 门）	2	32	32					
			合计	10	160	160					
总计				55	1008	850	158				

二、教学进程总体安排表 (学科基础平台)

课程 模块	课程 编码	课程名称	学分	学时				开设 学期	考核 方式	开设 单位
				总学 时	理论 学时	实践 学时	周学 时			
学科专 业基础 课程	08201201	管理学	3	48	48		3	1	☆	08
	08201202	基础会计	4	64	56	8	4	1	☆	08
	08201203	微观经济学	4	72	72		4	2	☆	08
	08201206	统计学	3	54	54		3	2	☆	08
	08201207	市场营销学	3	54	54		3	2	☆	08
	08201208	财务管理	3	54	54		3	4	☆	08
总计			20	346	338	8				

三、教学进程总体安排表 (专业教育平台)

课程 模块	课程 编码	课程名称	学分	学时				开设 学期	考核 方式	开设 单位
				总学 时	理论 学时	实践 学时	周学 时			
专业核心 课程	08201301	市场调查 (校企合作课程)	2	36	36		2	3	○	08
	08201302	销售管理 (校企合作课程)	2	36	36		2	4	○	08
	08201303	营销策划 (校企合作课程)	2	36	36		2	5	○	08
	08201304	消费者行为学	3	54	54		3	4	☆	08

		08201305	广告学	2	36	36		2	6	☆	08
		08201306	网络营销	2	36	36		2	5	☆	08
		小计		13	234	234					
专业选修课程	营销策划方向课程	08201307	企业形象策划	2	36	36		2	3	○	08
		08201308	品牌管理	2	36	36		2	4	☆	08
		08201309	营销案例分析	2	36	36		2	5	○	08
		小计		6	108	108					
	销售管理方向课程	08201310	商务谈判	2	36	36		2	3	○	08
		08201311	电子商务概论	2	36	36		2	4	☆	08
		08201312	物流管理	2	36	36		2	5	○	08
		小计		6	128	128					
	专业任选课程	08201313	国际贸易实务	2	36	36		2	5	○	08
		08201314	平面设计软件应用	2	36	36		2	5	○	08
		08201315	视觉营销	2	36	36		2	5	○	08
		08201316	企业战略管理	2	36	36		2	5	○	08
		08201317	经济法	2	36	36		2	5	○	08
		08201318	数据化营销	2	36	36		2	5	○	08
		08201319	公司治理	2	36	36		2	5	○	08
		08201320	宏观经济学	2	36	36		2	5	○	08
		08201321	新媒体营销	2	36	36		2	5	○	08
		第五学期任选三科 (修满6学分)		6	108	108					
		08201322	人力资源管理	2	36	36		2	6	○	08
		08201323	客户关系管理	2	36	36		2	6	○	08
		08201324	逻辑学	2	36	36		2	6	○	08
		08201325	组织行为学	2	36	36		2	6	○	08
		08201326	项目管理	2	36	36		2	6	○	08
		08201327	商务礼仪	2	36	36		2	6	○	08
		08201328	证券投资学	2	36	36		2	6	○	08
		08201329	公共关系学	2	36	36		2	6	○	08
		08201330	商务英语	2	36	36		2	6	○	08

		08201331	网页设计与制作	2	36	36		2	6	○	08
		08201332	财经写作	2	36	36		2	6	○	08
		08201333	产品经理教程	2	36	36		2	6	○	08
		第六学期任选四科 (修满 8 学分)		8	144	144					
	合计			20	360	360					
总计				33	606	606					

四、教学进程总体安排表（实践教学平台）

课程模块	课程编码	课程名称	学分	学时				开设学期	考核方式	开设单位
				总学时	理论学时	实践学时	周学时			
实训课	1220050 ₁	思想道德修养与法律基础课程实践	1	16		16		1	○	12
	1220050 ₂	马克思主义基本原理概论课程实践	1	18		18		2	○	12
	0820150	营销实战沙盘模拟实训	3	54		54	3	2	○	08
	0820150	企业经营沙盘模拟实训	3	54		54	3	2	○	08
	小计		8	142		142				
集中实践教学	公共部分	1800250 ₁	2	2周				1	○	18
		1220050 ₃	3	3周				4	○	12
		0820150	1	1周				6	○	08
		0820150	1	1周				7	○	08
		0820150	1	1周				7	○	08
		小计		8	8周					
		0820150 ₆	8	8周				8	○	08
				1周						
				1周						
				1周						
				1周						
				3周						
				1周						
		0820150	10	10				7-8	○	08
		小计		26	26					
	策划方	0820150 ₈	9	9周				7	○	08
				3周						
				3周						

	向		项目三：活动执行		3 周							
		小计			9	9 周						
	销售方向	08201509	销售管理项目课程		9	9 周				7	0	08
			项目一：市场调查			3 周						
			项目二：销售计划			3 周						
			项目三：销售促进			3 周						
			小计		9	9 周						
合计			35	35								
素质拓展与创新创业实践	思想道德素	公益活动、社会实践与社会调查等		2								
	身心素质	文体活动（竞赛）、专业社团等		2								
	职业素质	技能证书、职业资格证书		2								
	科技文化素质	学科专业竞赛、科技创新等		2								
	创新创业	创新性学习、创业实践等		2								
	小计			10								
总计				53								

附表五：

辅修专业教学计划

课程名称	学分	学时	备注
管理学	4	72	修满以上课程取得辅修专业证
微观经济学	4	72	
市场营销学	4	72	
经济法	4	72	
基础会计	5	90	
财务管理	5	90	
市场调查	4	72	
小计	30	540	
销售管理	5	90	修满全部课程取得双学位证
营销策划	5	90	
广告学	4	72	
消费者行为学	7	126	
学位论文	8	8 周	
合计	59 学分	918 学时	

附表六：

学期课程设置一览表

开课学期	课程性质	课程编码	课程名称	学分	周学时	考核方式	备注
第一学期	必修	12200101	思想道德修养与法律基础	2	2	○	
		06200101	大学英语 I	4	4	☆	
		09200101	大学体育 I	1	2	○	
		02200101	大学信息技术	3	3	☆	
		02200106	经济数学	6	6	☆	
		08201201	管理学	3	3	☆	
		08201202	基础会计	4	4	☆	
		12200105	形势与政策	0.5		○	专题
		19200101	大学生职业发展与就业创业指导	1		○	专题
		18002501	军事训练及军事理论	2		○	2 周
		12200501	思想道德修养与法律基础课程实践	1		○	课外
		合计		27.5	24		
第二学期	必修	12200102	马克思主义基本原理概论	2	2	☆	
		06200102	大学英语 II	4	4	☆	
		09200102	大学体育 II	1	2	○	
		16200101	大学生心理健康教育	1	2	○	1-9
		02200105	线性代数 A	2	2	☆	
		08201203	微观经济学	4	4	☆	
		08201206	统计学	3	3	☆	
		08201207	市场营销学	3	3	☆	
		08201501	营销实战沙盘模拟实训	3	3	○	
		08201502	企业经营沙盘模拟实训	3	3	○	
		12200105	形势与政策	0.5		○	专题
		12200502	马克思主义基本原理概论课程实践	1		○	课外
		小计		27.5	29		
	选修		公共选修课 2 门	2	2		
	合计			29.5	32		
第三学期	必修	12200103	中国近现代史纲要	2	2	○	
		06200103	大学英语 III	2	2	○	
		09200103	大学体育 III	1	2	○	
		02200104	概率论与数理统计 A	3	3	☆	
		08201301	市场调查 (校企合作课程)	2	2	○	
		05200105	沐浴经典	1	2	○	
		12200105	形势与政策	0.5		○	专题
		08200102	创新创业基础	1	2	○	开半个学期
		小计		12.5	13		
	选修		公共选修课 2 门	2	2		
	营销策划	08201307	企业形象策划	2	2	○	

	方向选修						
		小计	2	2			
	销售管理方向选修	08201310	商务谈判	2	2	○	
		小计	2	2			
	合计			16.5	16		
第四学期	必修	12200104	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	3	☆	
		09200104	大学体育IV	1	2	○	
		08201208	财务管理	3	3	☆	
		08201302	销售管理（校企合作课程）	2	2	○	
		08201304	消费者行为学	3	3	☆	
		12200105	形势与政策	0.5		○	专题
		小计		12.5	13		○
	选修		公共选修课 2 门	2	2	○	
	营销策划方向选修	08201309	品牌管理	2	2	☆	
		小计		2	2		
	销售管理方向选修	08201312	电子商务概论	2	2	☆	
		小计		2	2		
	合计			16.5	17		
第五学期	必修	08201303	营销策划（校企合作课程）	2	2	○	
		08201306	网络营销	2	2	☆	
		12200105	形势与政策	0		○	专题
		08200102	创新创业基础	1	2	○	开半个学期
		小计		5.5	5		
	选修		公共选修课 2 门	2	2	○	
	营销策划方向选修	08201308	营销案例分析	2	2	○	
		小计		2	2		
	销售管理方向选修	08201311	物流管理	2	2	○	
		小计		2	2		
	专业任选	08201313	国际贸易实务	2	2	○	任选3科
08201314		平面设计与软件应用	2	2	○		

		08201315	视觉营销	2	2	○	
		08201316	企业战略管理	2	2	○	
		08201317	经济法	2	2	○	
		08201318	数据化营销	2	2	○	
		08201319	公司治理	2	2	○	
		08201320	宏观经济学	2	2	○	
		08201321	新媒体营销	2	2	○	
		小计		6	6		
	合计			15	15		
第六学期	必修	08201305	广告学	2	2	☆	
		08201503	VBSE 营销综合实训	1		○	1 周
		12200105	形势与政策	0		○	专题
		19200101	大学生职业发展与就业创业指导	1		○	专题
		小计		4.5	2		
	选修		公共选修课 2 门	2	2	○	
	专业 任选	08201322	人力资源管理	2	2	○	任选 4 科
		08201323	客户关系管理	2	2	○	
		08201324	逻辑学	2	2	○	
		08201325	组织行为学	2	2	○	
		08201326	项目管理	2	2	○	
		08201327	商务礼仪	2	2	○	
		08201328	证券投资学	2	2	○	
		08201329	公共关系学	2	2	○	
		08201330	商务英语	2	2	○	
		08201331	网站建设与网页设计	2	2	○	
		08201332	财经写作	2	2	○	
		08201333	产品经理教程	2	2	○	
		小计		8	8		
	合计			14	12		
第七学期	必修	08201504	VBSE 跨专业综合实训	1		○	1 周
		08201505	VBSE 创新创业实训	1		○	1 周
		08201507	毕业论文	6		○	6 周
		小计		8			8 周
	营销 策划 方向 实习	08201508	营销策划项目课程	9		○	9 周
		小计		9			9 周
	销售 管理 方向 实习	08201509	销售项目课程	9		○	9 周
		小计		9			9 周
	机动						3 周
合计			16			20 周	
第八	必修	08201506	毕业实习	8			8 周

学期		08201507	毕业论文	4		○	4 周
			毕业教育	1			1 周
			毕业实习总结、毕业论文评审答辩				3 周
		合计		13			16 周

执笔人：刘立新 教研室主任：刘立新 教学副院长：周淑芬 院长：喻建晖