

市场营销 专业人才培养方案

学科门类 管理学 专业代码 120202 授予学位 管理学学士

(从 2020 级本科生开始执行)

一、培养目标

市场营销是科学与艺术结合、理论与实践结合的应用性学科。市场营销专业学习、研究是以市场经济体制为基本背景，以具有中国特色的社会主义市场经济体制机制、经济全球化、互联网与人工智能等技术创新为具体时代背景，营利性、非营利性组织等如何探知与研究、创新市场，并不断赢得市场的理论、观念、方法与技术等。该专业系统地传授市场营销科学的理论发展与实践创新成果，并为中国特色社会主义市场经济的创新发展、涉海企业等营利性与非营利性组织的营销管理创新及应用培养具有营销管理特长的复合型管理人才。本专业旨在培养学生具有经济学、管理学与营销管理等基础理论，具备开阔的国际化与海洋战略视野，能适应社会发展需要，具有国内、国际与涉海企业等营利性和非营利性组织机构的营销专业知识，以及营销管理决策与实践能力。毕业后能具有营销管理特长，并胜任国内、国际与涉海企业等营利性和非营利性组织机构的复合型管理工作。具体目标如下：1. 能够利用现代信息技术独立完成市场调查、分析、研究等活动；2. 能够独立完成营销策划、管理、决策等工作；3. 能够独立开展涉海企业营销管理与决策等工作；4. 能够通过自主学习或继续深造，不断更新知识结构，独立完成科研等工作。

二、毕业生能力要求

通过在校学习，德智体美劳全面发展，毕业时具备以下方面的知识和能力：

1. 基础知识与方法运用能力。要求具有良好的文化修养、科学素养，掌握经济学、管理学的基本理论和知识方法，树立现代管理理念，具备企业管理的基本能力；
2. 观察、调研与分析营销问题的能力。要求具有现代营销思维，掌握现代营销理论与方法，具备观察、调研和分析营销问题的能力；
3. 设计与开发系统解决问题的创新能力。要求系统运用市场营销及其相关理论和知识方法，具有系统地设计、开发能解决营利性与非营利性组织的市场营销及其相关经营管理问题的创新能力；
4. 运用互联网、商务智能、数据库技术等现代技术工具的能力；
5. 掌握营销创意、创新与创业等专业社会实践能力；
6. 职业道德与职业发展规划能力。要求具备良好的管理与营销职业道德素养以及积极向上的世界观、人生观与价值观，能做出科学、合理与个性化的职业发展规划；
7. 人际关系与社会互动能力；

三、支撑学科

一级学科：工商管理类(1202)

二级学科：市场营销(120202)

四、毕业学分要求

| 课程体系 | | 学分要求 | | |
|-----------------|----------|--------|----|-----|
| | | 必修 | 选修 | 合计 |
| 公共基础及 通识教育层面 | 公共基础必修 | 思想政治类 | 16 | 61 |
| | | 军事、体育类 | 8 | |
| | | 大学外语类 | 10 | |
| | | 高等数学类 | 16 | |
| | | 大学计算机类 | 11 | |
| | 通识教育选修课程 | | 9 | 9 |
| 专业教育层面 | 学科基础课程 | 18 | 14 | 99 |
| | 专业知识课程 | 19 | 18 | |
| | 工作技能课程 | 20 | 10 | |
| 总计 | | 118 | 51 | 169 |

五、专业核心课程

1. 经济学(80课时/5学分)
2. 管理学原理(48课时/3学分)
3. 市场营销(64课时/4学分)
4. 商务谈判(32课时/2学分)
5. 商务礼仪(32课时/2学分)
6. 服务市场营销(32课时/2学分)
7. 销售管理(56课时/3学分)

3. 市场营销学(48课时/3学分)
4. 消费者行为学(32课时/2学分)
5. 营销研究方法(32课时/2学分)

8. 营销策划与经典案例(56课时/3学分)
9. 国际市场营销(32课时/2学分)

六、专业特色课程

1. 涉海企业营销战略(40课时/3学分)
2. 营销数据分析与挖掘(40课时/2学分)
3. 电子商务导论(56课时/3学分)
4. 海洋经济与水产品贸易(32课时/2学分)
5. 网络营销管理(32课时/2学分)

6. 跨境电商(32课时/2学分)
7. 营销研究方法(32课时/2学分)
8. 营销渠道管理(32课时/2学分)
9. 客户关系管理(32课时/2学分)
10. 创业管理(56课时/3学分)

七、实践环节

(一)必修实践环节

1. 中国近现代史纲要(32课时/1学分)
2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(实践部分)(32课时/1学分)
3. 涉海企业营销战略(16课时/0.5学分)
4. 移动Web开发技术基础(32课时/1学分)
5. Python程序设计(32课时/1学分)
6. 数据库技术与应用(32课时, 1学分)
7. 营销策划与经典案例(16课时/0.5学分)

8. 营销数据分析与挖掘(16课时/0.5学分)
9. 销售管理(16课时/0.5学分)
10. 毕业实习(4周/4学分)
11. 毕业论文(6周/6学分)
12. 创新创业教育(4学分)
13. 市场调研与预测(16课时/0.5学分)
14. 电子商务导论(16课时/0.5学分)

(二)选修实践环节

1. 专业社会实践导论(24课时/0.75学分)
2. 管理信息系统(16课时/0.5学分)
3. 创业管理(16课时/0.5学分)
4. 统计学原理(16课时/0.5学分)
5. 模拟企业与管理决策(16课时/0.5学分)
6. 商务智能(16课时/0.5学分)

7. 企业经营模拟(32课时/1学分)
8. 海洋文化创意设计(24课时/0.75学分)
9. 工商管理特色实践(40课时/1.25学分)
10. 智能管理模拟(32课时/1学分)
11. 广告策划与管理(16课时/0.5学分)

八、课程设置及修读计划

(一)公共基础及通识教育层面

1. 公共基础必修课程

最低要求：61 学分

其中：必修：61 学分

| 修课要求 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 课时 | | 先修课程 | 推荐学期 |
|------|--------------|----------------------|----|----|----|----------------------|--------------|
| | | | | 讲授 | 实践 | | |
| | 008101101023 | 思想道德修养和法律基础 | 3 | 48 | | | 一(秋) |
| | 008101101029 | 中国近现代史纲要 | 3 | 32 | 32 | | 一(春) |
| | 008101101021 | 马克思主义基本原理概论 | 3 | 48 | | 思想道德修养和法律基础、中国近现代史纲要 | 二(秋) |
| | 008101101027 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 5 | 64 | 32 | 思想道德修养和法律基础、中国近现代史纲要 | 二(春) |
| | 00810120系列 | 形势与政策(系列课程) | 2 | | 64 | | 本科四年获得 |
| | 008201101027 | 军事科学概论 | 2 | 32 | | | 一(秋) |
| | 008201101025 | 军事训练 | 2 | | 64 | | 一(夏) |
| | 008201103019 | 体育 I (系列课程) | 1 | 4 | 28 | | 四年开课不断 续修 |
| | 008201103021 | 体育 II (系列课程) | 1 | 4 | 28 | | |

| | | | | | | | |
|--------------|--------------|-------------|----|----|----|----------|-----------------------------------|
| 必修 | 008201103023 | 体育Ⅲ(系列课程) | 1 | 4 | 28 | | 以, 修 满4学 分即可 |
| | 008201103025 | 体育Ⅳ(系列课程) | 1 | 4 | 28 | | |
| | 008301101033 | 大学英语 I | 2 | 32 | 32 | | 四年开 课不断 线, 修 满10学 分即可 |
| | 008301101035 | 大学英语 II | 2 | 32 | 32 | | |
| | 008301101037 | 大学英语 III | 2 | 32 | 32 | | |
| | 008301101039 | 大学英语 IV | 2 | 32 | 32 | | |
| | 008301101135 | 大学英语拓展类课程 | 2 | 32 | 32 | 大学英语 III | |
| | 008401101077 | 微积分 I | 5 | 80 | | | 一(秋) |
| | 008401101079 | 微积分 II | 4 | 64 | | | 一(春) |
| | 008401101059 | 线性代数 | 3 | 48 | | 微积分 I | 二(秋) |
| | 008401101063 | 概率统计 | 4 | 64 | | 微积分 II | 二(秋) |
| | 008501101057 | 移动Web开发技术基础 | 4 | 48 | 32 | | 一(秋) |
| | 008501101119 | Python程序设计 | 4 | 48 | 32 | | 一(春) |
| 008501101045 | 数据库技术与应用 | 3 | 32 | 32 | | 二(秋) | |

注：“推荐学期”，一、二、三、四指大学本科学年数(以四年学制计)，下同

2. 通识教育选修课程

最低要求 9 学分

通识教育课按照科学与技术、文学与艺术、哲学与人生、社会与文化、历史与文明五个模块进行设置。本科四年应修读至少两个知识模块共计不少于9学分的课程，且不能修读与所在专业专业课程内容相近的通识课程。

(二) 专业教育层面

1. 学科基础课程

最低要求：32学分

其中：必修：18学分，选修：14学分

| 修课要求 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 课时 | | 先修课程 | 推荐学期 |
|------|--------------|------------|----|----|----|-----------------|------|
| | | | | 讲授 | 实践 | | |
| 必修 | 112502101299 | 市场营销专业概览 | 1 | 16 | | | 一(秋) |
| | 112502101205 | *管理学原理 | 3 | 48 | | | 一(秋) |
| | 114102101201 | *经济学(微观部分) | 3 | 48 | | | 一(秋) |
| | 114102101203 | *经济学(宏观部分) | 2 | 32 | | 经济学(微观部分) | 一(春) |
| | 112702101301 | *市场营销学 | 3 | 48 | | 管理学原理、经济学(微观部分) | 一(春) |
| | 112502101213 | 经济法 | 3 | 48 | | 思想道德修养和法律基础 | 一(春) |
| | 112702101227 | 电子商务导论 | 3 | 40 | 16 | 市场营销学 | 二(秋) |
| | 112702201281 | 人力资源管理 | 2 | 32 | | 管理学原理 | 二(夏) |

| | | | | | | | |
|----|--------------|-------------|---|----|----|-----------------|------|
| 选修 | 112702201283 | 会计学 | 3 | 48 | | 管理学原理、经济学(微观部分) | 二(秋) |
| | 112502201201 | 国际贸易理论与实务 | 2 | 32 | | 管理学原理、经济学(宏观部分) | 二(秋) |
| | 112702201301 | 营销思想史比较研究 | 2 | 32 | | 经济学、管理学原理 | 二(秋) |
| | 112702201303 | 海洋经济与水产品贸易 | 2 | 32 | | 经济学(宏观部分) | 二(春) |
| | 112702201305 | 统计学原理 | 3 | 40 | 16 | 概率统计 | 二(春) |
| | 112502201213 | 财务管理 | 3 | 48 | | 会计学 | 三(秋) |
| | 112702201233 | 管理运筹学 | 2 | 32 | | 管理学原理、统计学原理 | 三(春) |
| | 112702201307 | 企业组织理论与战略管理 | 2 | 32 | | 管理学原理 | 三(春) |

注：带*的课程为专业核心课，下同

2. 专业知识课程

最低要求：37学分

其中：必修：19学分，选修：18学分

| 选课要求 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 课时 | | 先修课程 | 推荐学期 |
|------|--------------|----------|----|----|----|--------------|------|
| | | | | 讲授 | 实践 | | |
| 必修 | 112503101235 | *消费者行为学 | 2 | 32 | | 市场营销学 | 二(春) |
| | 112703201255 | *服务市场营销 | 2 | 32 | | 市场营销学 | 二(春) |
| | 112703101303 | 涉海企业营销战略 | 2 | 24 | 16 | 消费者行为学 | 三(夏) |
| | 112703201253 | *国际市场营销 | 2 | 32 | | 消费者行为学 | 三(夏) |
| | 112703101301 | 市场调研与预测 | 3 | 40 | 16 | 统计学原理、消费者行为学 | 三(秋) |

| | | | | | | | |
|----|--------------|------------|---|----|----|---------------|------|
| | 112703101255 | *销售管理 | 3 | 40 | 16 | 消费者行为学 | 三(秋) |
| | 112703101307 | 营销数据分析与挖掘 | 2 | 24 | 16 | 市场调研与预测 | 三(春) |
| | 112703101309 | *营销策划与经典案例 | 3 | 40 | 16 | 市场调研与预测 | 三(春) |
| 选修 | 112703201259 | 商务沟通与写作 | 2 | 32 | | 电子商务导论 | 二(春) |
| | 112703201301 | 新产品开发与品牌管理 | 2 | 32 | | 消费者行为学 | 三(秋) |
| | 112703201303 | 广告策划与管理 | 2 | 24 | 16 | 消费者行为学 | 三(秋) |
| | 112703201305 | 网络营销管理 | 2 | 32 | | 电子商务导论 | 三(秋) |
| | 112502101207 | 管理信息系统 | 3 | 40 | 16 | 电子商务导论 | 三(秋) |
| | 112703201307 | 跨境电商 | 2 | 32 | | 国际市场营销 | 三(秋) |
| | 112703101241 | 物流管理 | 2 | 32 | | 市场营销学 | 三(秋) |
| | 112503201303 | 营销渠道管理 | 2 | 32 | | 消费者行为学 | 三(春) |
| | 112703101249 | 客户关系管理 | 2 | 32 | | 电子商务导论、消费者行为学 | 三(春) |
| | 112703201257 | 农业经济与电商发展 | 2 | 32 | | 经济学(宏观部分) | 三(春) |
| | 112703101243 | 电子金融与支付 | 2 | 32 | | 电子商务导论 | 三(春) |
| | 112703101253 | 供应链管理 | 2 | 32 | | 管理学原理 | 三(春) |
| | 112703201309 | 营销前沿专题 | 2 | 32 | | 消费者行为学 | 四(秋) |

3. 工作技能课程

最低要求：30 学分

其中：必修：20 学分，选修：10学分

| 修课要求 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 课时 | | 先修课程 | 推荐学期 |
|------|--------------|-----------|----|----|-----|--------------|--------|
| | | | | 讲授 | 实践 | | |
| 必修 | 008904103999 | 创新创业教育 | 4 | | 128 | | 本科四年获得 |
| | 112704101303 | 商务礼仪与商务谈判 | 2 | 32 | | 市场营销学 | 二(春) |
| | 112704101305 | *营销研究方法 | 2 | 32 | | 消费者行为学、统计学原理 | 四(秋) |
| | 112704103301 | 毕业实习 | 4 | | 4周 | | 四(春) |
| | 112704104997 | 毕业论文 | 6 | | 6周 | | 四(春) |
| | 112704201301 | 工商管理特色实践3 | 2 | 8 | 48 | | 本科四年获得 |
| 选修 | 112104201209 | 专业社会实践导论 | 1 | 4 | 24 | | 本科四年获得 |
| | 112704201219 | 模拟企业与管理决策 | 2 | 24 | 16 | | 三(夏) |
| | 112703101257 | 创业管理 | 3 | 40 | 16 | 市场调研与预测 | 三(春) |
| | 112704201215 | 商务智能 | 3 | 40 | 16 | 管理信息系统 | 三(春) |
| | 112704201305 | 海洋文化创意设计 | 1 | 4 | 24 | 广告策划与管理 | 三(春) |
| | 114104201309 | 工商管理特色实践1 | 2 | 12 | 40 | | 本科四年获得 |

| | | | | | | |
|--------------|--------------|---|----|----|--|--------|
| 112104201301 | 工商管理特色实践2 | 2 | 12 | 40 | | 本科四年获得 |
| 112904201301 | 工商管理特色实践4 | 2 | 8 | 48 | | 本科四年获得 |
| 112104201305 | 机器人商业企划与创新实践 | 2 | 28 | 8 | | 本科四年获得 |
| 112104201303 | 企业经营模拟 | 2 | 16 | 32 | | 四(夏) |
| 112104203301 | 智能管理模拟 | 1 | | 32 | | 四(夏) |

九、有关说明

1. 创新创业教育学分中，至少2个学分为非课程学分，其申请和认定按照《中国海洋大学大学生创新创业教育学分认定办法》（海大教字〔2013〕132号）执行；其他学分可通过修读学校开设的创新创业教育系列课程或参加经学校认可的创新创业类培训获得。

2. 专业课程前面带“*”的为核课程，作为必修课开设，不能用其他课程替代。

十、本培养方案由所在专业负责解释

附：本专业辅修要求

一、培养目标及能力要求

(一)培养目标。市场营销是科学与艺术结合、理论与实践结合的应用性学科。市场营销专业学习、研究是以市场经济体制为基本背景，以具有中国特色的社会主义市场经济体制机制、经济全球化、互联网与人工智能等技术创新为具体时代背景，营利性与非营利性组织如何探知与分析市场、赢得与不断创新市场的理论、观念、方法与技术等。该专业系统地传授市场营销科学的理论发展与实践创新成果，并为中国特色社会主义市场经济的创新发展、涉海企业等营利性与非营利性组织的营销管理创新及应用培养具有营销管理特长的复合型管理人才。本专业旨在培养学生具有经济学、管理学与营销管理等基础理论，具备开阔的国际化与海洋战略视野，能适应社会发展需要，具有国内、国际与涉海企业等营利性和非营利性组织机构的营销专业知识，以及营销管理决策与实践能力。毕业后能具有营销管理特长，并胜任国内、国际与涉海企业等盈利性和非盈利性组织机构的复合型管理工作。具体目标如下：1.能够利用现代信息技术独立完成市场调查、分析、研究等活动；2.能够独立完成营销策划、管理、决策等工作；3.能够独立开展涉海企业营销管理与决策等工作；4.能够通过自主学习或继续深造，不断更新知识结构，独立完成科研等工作。

(二)能力要求。通过在校学习，学生应受到良好的政治思想、道德品质、文化修养和身心素质的教育。毕业生应具备以下几个方面的知识和能力：1.具备良好的管理与营销职业道德素质、文化修养、科学素养和积极向上的人生态度，具有健康的体魄；2.掌握经济学、管理学的基本理论和知识，树立现代管理理念，具备企业管理的基本能力；3.掌握市场营销的基本理论和知识，具有分析、解决营利性与非营利性组织的市场营销尤其是涉海企业营销管理的实际问题与相关管理活动的创新能力。

二、课程修读要求(总计：29学分)

必修课程(19学分)：

- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1. 经济学(80课时/5学分) | 4. 消费者行为学(32课时/2学分) |
| 2. 管理学原理(48课时/3学分) | 5. 销售管理(56课时/3学分) |
| 3. 市场营销学(48课时/3学分) | 6. 营销策划与经典案例(56课时/3学分) |

选修课程(10学分)：

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| 1. 网络营销管理(32课时/2学分) | 4. 新产品开发与品牌管理(32课时/2学分) |
| 2. 客户关系管理(32课时/2学分) | 5. 广告策划与管理(40课时/2学分) |
| 3. 营销理论前沿(32课时/2学分) | |

三、原则上，主修专业课程涵盖辅修专业要求课程1/2及以上(或具有替代关系)的学生，不得辅修本专业。

撰写人：周荣森 教学院长：姜忠辉