

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 2022 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、高质量发展、互联网与数字化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，具有营销管理决策与实践能力，能适应和满足社会发展需要。学生毕业后能具有营销管理特长，并胜任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、营销管理与决策等工作；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，秉持社会主义核心价值观，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、调研与分析营销管理问题的能力。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、调研和分析营销管理基本问题尤其是中国情景的营销管理创新能力；
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并开展数字营销管理创新应用的能力；
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；
8. 终身学习能力。

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	17		62
		军事、体育类	8		
		大学外语类	10		
		大学数学类	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	92
	专业知识课程		18	15	
	工作技能课程		20	7	
总计			118	45	163

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）
6. 服务市场营销（32课时/2学分）
7. 数字营销（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/2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. 海洋经济与海上丝绸之路（40课时/2学分）
5. 销售管理（56课时/3学分）
6. 新产品开发与品牌管理（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）
9. 销售管理（16课时/0.5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）（16课时/0.5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）

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. 管理信息系统（16课时/0.5学分）
15. 工商管理特色实践（48课时/1.5学分）
16. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论（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. 电子商务导论（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. 商务智能与决策（16课时/0.5学分）
6. 企业经营模拟（32课时/1学分）
7. 智能管理模拟（32课时/1学分）
8. 广告策划与管理（16课时/0.5学分）
9. 海洋经济与海上丝绸之路（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：62 学分

其中：必修：62 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	008101101031	思想道德与法治	3	48			一（秋）
	008101101029	中国近现代史纲要	3	32	32		一（春）
	008101101033	马克思主义基本原理	3	48		思想道德与法治、中国近现代史纲要	二（秋）
	008101101035	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	40	16	思想道德与法治、中国近现代史纲要	二（春）
	008101101037	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	40	16	思想道德与法治、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）

续表

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	008201103019	体育Ⅰ（系列课程）	1	4	28		四年开课 不断线， 修满4学分 即可
	008201103021	体育Ⅱ（系列课程）	1	4	28		
	008201103023	体育Ⅲ（系列课程）	1	4	28		
	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，其中至少2学分须通过修读美育类课程获得，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	一（春）
	112502101213	经济法	3	48		思想道德与法治	一（春）

续表

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	112502101207	管理信息系统	3	40	16	管理学原理	三（秋）
选修	112702201281	人力资源管理	2	32		管理学原理	二（夏）
	112702201283	会计学	3	48		管理学原理	二（秋）
	112502201201	国际贸易理论与实务	2	32		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）
	112702201309	海洋经济与海上丝绸之路	2	24	16	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			三（秋）
	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：33学分

其中：必修：18学分，选修：15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	市场营销学	三（夏）
	112703201253	*国际市场营销	2	32		市场营销学	三（夏）
	112703101301	市场调研与预测	3	40	16	市场营销学	三（秋）
	112703101315	*数字营销	2	32		市场营销学	三（秋）
	112703101307	营销数据分析与挖掘	2	24	16	市场营销学	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		市场营销学	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）
	112703101255	销售管理	3	40	16	市场营销学	三（秋）
	112702101227	电子商务导论	3	40	16	市场营销学	二（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		市场营销学	三（春）
	112703101249	客户关系管理	2	32		市场营销学	三（春）
	112703201257	农业经济与电商发展	2	32		市场营销学	三（春）
	112703101317	网络金融	2	32		市场营销学	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		市场营销学	四（秋）

3. 工作技能课程

最低要求：27学分

其中：必修：20 学分，选修：7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		市场调研与预测、营 销数据分析与挖掘	三（春）
	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
	112703101257	创业管理	3	40	16	市场调研与预测	三（春）
	112704101309	商务智能与决策	3	40	16	管理信息系统	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
	112704201301	工商管理特色实践3	2	8	48		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“*”的为核心课程，作为必修课开设，不能用其他课程替代。

3. 本专业劳动教育主要依托《思想道德与法治》《新产品开发与品牌管理》《广告策划与管理》《工商管理特色实践3》《毕业实习》课程开展：其中2课时来自于《思想道德与法治》，旨在树立学生正确的劳动观念，强化马克思主义劳动价值观、择业观和创业观，培育学生的就业权益和劳动法律意识；4课时来自于《新产品开发与品牌管理》、4课时来自于《广告策划与管理》、10课时来自于《工商管理特色实践3》、12课时来自于《毕业实习》，旨在培养学生创造性解决实际问题的能力，增强诚实劳动意识，提升就业创业能力，树立正确择业观和吃苦耐劳的奋斗精神。

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. 数字营销（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. 营销前沿专题（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