

市场营销（数智营销管理方向）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 2024 级本科生开始执行）

一、专业简介

市场营销专业（数智营销管理方向班）于1988年经教育部批准设立，现隶属于管理学院营销与电子商务系。市场营销专业是融市场营销学、经济学、管理学、法学和计算机科学、信息与数据科学于一体的新型综合性、交叉复合型专业。本专业的师资结构合理，90%以上的老师拥有国内外知名高校博士学位，目前有教授6人，副教授9人，博士生导师7人，硕士生导师19人；具有工商管理一级学科博士点、营销管理二级学科硕士点与博士点等多个学科点支撑，具备学士→硕士→博士→博士后的完整专业人才培养体系，学生在校期间的学习成长满意度指标位居前列。

本专业秉持立德树人理念，以人才培养质量为导向，根据“厚基础、重方法、宽口径、重特色”的原则，充分发挥学校与学院的学科交叉优势，注重将科学研究与人才培养紧密结合，以营销管理全流程课程建设与教育教学改革为重点，推动“思专创”与“科教产”协同育人，构建涵盖“经济管理学科基础、数智营销技术与管理方法、理论与实践创新应用”的专业育人体系，着眼于数智时代背景下社会各界对数智营销管理人才的迫切需求，本专业建设“数智营销管理”创新方向班。专业定位于国内一流，旨在培养具有现代营销管理与数智营销工程师思维、数智营销管理能力、中高层综合管理素养的交叉复合型创新人才，具备价值创造和自我价值实现能力、多场景适应性与国际化视野的高素质专业人才。本专业毕业生还可获得学校颁发的“数智营销管理”创新实验班证书。

本专业在国内软科排名前12%。学生的就业率、升学率名列学校前茅，毕业生考入中国人民大学、复旦大学、香港中文大学等著名高校继续深造，主要就职取向包括政府机构、高校和中国移动、华为、字节跳动、京东、海尔等国内外知名企业，职业发展总体满意度超过98%，专业人才培养质量一直受到用人单位和社会高度好评。

二、培养目标

本专业培养能够适应社会发展需要和组织的营销管理、经营发展需要，具备以下能力和素质的能胜任各类企业、政府经济管理部门，以及教学和科研机构工作的专门人才。具体目标如下：（1）具备良好的职业道德、人文素养和科学精神，德智体美劳全面发展；（2）具有适应中国特色社会主义市场经济体制与现代化强国建设的时代需求，具备现代营销管理、企业管理以及经济、科技、法律等方面的系统知识和能力；（3）具有数智营销工程师思维和管理能力，以及创新创业、开拓进取精神与国际化视野，能够独立完成市场调查研究、营销管理与决策、利用大数据与现代人工智能等技术开展数智营销管理实践活动，并为组织目标设定、战略规划、决策过程等方面提供系统的决策支持；（4）能通过自主学习或继续深造，不断更新知识结构，服务社会，在工商企业、事业单位及政府部门从事管理、教学科研等工作的专门人才。

三、毕业生能力要求

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、身心素质教育和劳动教育。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。
- 1.1 了解国内外形势和国家的方针、政策，掌握马克思主义、毛泽东思想和习近平新时代中国特色社会主义思想的基本精神，具有较强的法律意识和正确的人生观、世界观、价值观；具有良好的法制观念和职业道德与操守，具备良好的人际沟通素质和团队合作精神。
- 1.2 掌握人文社会科学和自然科学的基本知识和科学的认知理念与认知方法。
- 1.3 了解体育运动、美学、劳动的基本知识，具有一定的体育锻炼、美学和劳动实践的基本技能，具备良好的身心素质；
- 1.4 能够阅读和翻译与专业相关的外文资料，比较熟练地运用外语进行沟通和交流，具有外语的听、说、读、写、译等基本能力；
2. 掌握管理学、经济学、市场营销学以及数学、信息科技与人工智能方法等基本理论知识、专业知识、技术工具，奠定扎实的学科基础。

- 2.1掌握管理学、经济学、统计学等学科基础知识，了解基本的经济原理、经济规律和管理科学、方法。
- 2.2掌握市场营销学、消费者行为学和数据科学、数字营销等专业基础知识，了解和掌握基本的市场营销原理、营销逻辑和科学方法。
- 2.3掌握本专业所需要的数学知识，能比较熟练地进行数学运算，具有基本的逻辑推理和判断能力、应用能力；
- 2.4掌握Python程序设计、Python数据分析与可视化和数据库等网络信息、智能科技基本技术，具备信息与数据处理能力。
- 3.掌握新产品开发与品牌管理等专业技能知识和方法，具有良好的人际沟通能力，分析和解决营销管理实际问题、开展数智营销管理创新和应用的基本能力。
- 3.1掌握市场调查研究的基本理论和方法，具有一定的市场调查、分析、预测的能力；掌握新产品开发与管理、品牌管理、全渠道与销售管理、整合营销传播、客户关系管理、数字化服务营销、跨国经营与国际市场营销以及商务与管理沟通、智营销创新创业等专业技能和方法，具备现代营销思维和管理能力，以及现代营销管理实践创新应用能力；
- 3.2掌握营销数据分析与挖掘、营销诊断与创意策划的基本原理、方法及流程，了解国内、国际市场营销相关的政策、法律、文化以及惯例和规则等，具有国内与国际、涉海等多种不同场景的营销整体创意策划、案例开发与管理创新应用能力。
- 3.3掌握大数据分析 with 商务智能、数字营销、数智消费和数智营销、电子商务平台运营管理的基本原理和方法，具备利用现代信息、大数据和人工智能等技术开展数字营销活动及数智营销管理创新的复合型能力；
- 3.4了解管理研究方法和文献阅读、论文写作等本学科的理论前沿、发展动态与研究方法，具有一定的营销管理理论研究和拓展能力；
- 4.具有现代经济、管理理念，胜任基本管理岗位，并能以营销管理理念和方法支持企业、事业单位及政府部门的重要经营管理决策，胜任中高层管理岗位的综合素质能力。
- 4.1了解现代企业经营管理活动的基本规律和一般方法，同时掌握数智时代的组织管理变革和数智化转型方法，具备一定的现代企业经营管理能力；
- 4.2掌握经济学的基本思想、分析方法，了解经济运行的基本规律，建立起关于经济运行的基本思维框架；
- 4.3掌握会计学、财务管理的基本理论和方法，能够分析、挖掘和利用会计信息、财务信息，有效指导营销活动，制定营销预算和管控营销成本、风险等；
- 4.4具备以营销管理理念和方法，掌握有效的组织内外部协调、管理沟通能力，有效支持工商企业、事业单位及政府部门的经营管理决策，并胜任中高层管理岗位的能力。

四、支撑学科

- 一级学科：工商管理类(1202)
- 二级学科：市场营销(120202)

五、毕业要求

（一）学分要求

课程体系			毕业学分要求		
			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		67
		军事、体育类	8		
		大学外语类	8		
		大学数学类	16		
		大学计算机类	9		
	通识教育选修课程			9	
专业教育层面	学科基础课程		24	4	83
	专业知识课程		23	8	
	工作技能课程		18	6	
学生发展模块	创新教育实践		2		5
	心理健康教育		2		
	职业发展教育		1		

	“第二课堂”活动	/		
总计		128	27	155

（二）其他要求

学生毕业前须获得不低于2个国际化教育学分，可通过修读国际化课程、参加国际交流项目等获得。具体包括以下几种情况：（1）选修学院开设的国际化课程并获得相应学分。（2）参加国际交流项目并获得相应学分。（3）参加市场营销、工商管理专业领域的国际会议，以第一作者或通讯作者提交论文并被会议接收，每次可以获得1学分。

六、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. 经济法（48课时/3学分）
6. 市场调研与预测(40课时/2学分)
7. 新产品开发与管理(36课时/2学分)
8. 品牌管理(40课时/2学分)
9. 全渠道与销售管理(40课时/2学分)
10. 客户关系管理(40课时/2学分)
11. 数字营销概论(40课时/2学分)
12. 大数据分析商务智能(64课时/3学分)
13. 营销数据分析与挖掘(40课时/2学分)

七、专业特色课程

1. 数据科学概论（32课时/2学分）
2. 人工智能前沿方法与应用(40课时/2学分)
3. 营销策划与案例开发(48课时/2学分)
4. 数字化服务营销（32课时/2学分）
5. 数智消费专题(40课时/2学分)
6. 数智营销前沿专题(40课时/2学分)
7. 整合营销传播(40课时/2学分)
8. 电子商务平台运营管理(32课时/2学分)
9. 数字化零售管理(40课时/2学分)
10. 乡村产业振兴与电商专题(40课时/2学分)
11. 海洋产业发展与营销管理专题(40课时/2学分)
12. 创业管理(40课时/2学分)

八、实践环节

（一）必修实践环节

1. 大学体育I-IV（112课时/3.5学分）
2. 军事训练（64课时/2学分）
3. 大学英语I-IV（128课时/4学分）
4. 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)
5. 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）
6. 中国近现代史纲要（32课时/1学分）
7. 形势与政策（系列课程）（64课时/2学分）
8. 大学外语类（128课时/4学分）
9. Python程序设计(32课时/1学分)
10. Python数据分析与可视化（32课时/1学分）
11. 数据库技术与应用(32课时/1学分)
12. 商业伦理与可持续发展（16课时/0.5学分）
13. 管理信息系统(16课时/0.5学分)
14. 新产品开发与管理(8课时/0.25学分)
15. 全渠道与销售管理(16课时/0.5学分)
16. 统计学(16课时/0.5学分)
17. 管理研究方法与学术论文写作(16课时/0.5学分)
18. 客户关系管理(16课时/0.5学分)
19. 数字营销概论(16课时/0.5学分)
20. 大数据分析商务智能(32课时/1学分)
21. 营销数据分析与挖掘(16课时/0.5学分)
22. 营销策划与案例开发(32课时/1学分)
23. 智慧供应链管理（8课时/0.25学分）
24. 品牌管理(16课时/0.5学分)
25. 市场调研与预测(16课时/0.5学分)
26. 创业管理(16课时/0.5学分)
27. “智营销”三创赛实践训练(48课时/1.5学分)
28. 毕业实习(6周/6学分)
29. 毕业论文(6周/6学分)
30. 创新创业实践（2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. 电子商务平台运营管理(16课时/0.5学分)
3. 乡村产业振兴与电商专题(16课时/0.5学分)
4. 数字化零售管理(16课时/0.5学分)
5. 商务与管理沟通(16课时/0.5学分)
7. 企业经营模拟(32课时/1学分)
8. 整合营销传播(16课时/0.5学分)
9. 海洋产业发展与营销管理专题(16课时/0.5学分)
10. 中国情境的营销管理实践与创新训练（32课时/1学分）
11. 创新创业实践(40课时/1.25学分)

6. 机器人商业企划与创新实践（8课时/0.25学分）
12. 会计财务案例分析大赛(40课时/1.25学分)
13. 旅游实践创新能力训练(48课时/1.5学分)

九、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 58 学分

其中：必修58学分，选修0学分

修课要求	课程代码	课程名称	学分	学时		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
	008201101025	军事训练	2		64		一(夏)
	008201101027	军事科学概论	2	32			一(秋)
	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8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	
	008401101001	微积分1	5	80			一(秋)
	008401101003	微积分2	4	64		微积分1	一(春)
	008401101059	线性代数	3	48		微积分1	二(秋)
	008401101063	概率统计	4	64		微积分2	二(秋)
	008501101129	Python程序设计	3	32	32		一(秋)
	008501101131	Python数据分析与可视化	3	32	32	Python程序设计	一(春)

	008501101045	数据库技术与应用	3	32	32	Python程序设计	一(春)
--	--------------	----------	---	----	----	------------	------

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“科学进步与科技创新/革命”、“当代社会与公民责任”、“文学经典与人类文明”三个模块进行设置。
通识教育课程修读总学分为9学分。学生本科四年应在三个模块中每个模块至少修读一门课程，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 28学分

其中：必修 24学分，选修 4学分

修课要求	课程代码	课程名称	学分	学时		先修课程	推荐学期
				讲授	实践		
必修	112502101297	*专业概览与学科导航	1	16			一(秋)
	112102101237	*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)
	112702101309	*市场营销学	3	48			一(春)
	112702101310	经济法	3	48		思想道德与法治	二(秋)
	114102101228	商业伦理与可持续发展	2	24	16	管理学原理	二(秋)
	114102101225	统计学	3	40	16	概率统计	二(春)
	114102101226	*管理研究方法与学术论文写作	2	24	16	概率统计	二(春)
	112702101311	管理信息系统	2	24	16		三(秋)
选修	112702201307	企业组织理论与战略管理	2	32		管理学原理	二(秋)
	112702201310	会计学（共享）	2	32		管理学原理	二(秋)
	112702201311	财务管理（共享）	2	32		会计学	二(春)
	112702201281	人力资源管理（共享）	2	32		管理学原理	二(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 31学分

其中：必修 23学分，选修 8学分

修课	课程代码	课程名称	学分	学时	先修课程	推荐
----	------	------	----	----	------	----

要求	课程代码	课程名称	学分	讲授	实践	先修课程	学期
必修	112703101319	*消费者行为学	2	32		市场营销学	二(秋)
	112703101320	*数字营销概论	2	24	16	市场营销学	二(秋)
	112703101321	*新产品开发与管理	2	28	8	市场营销学	二(春)
	112703101322	*品牌管理	2	24	16	市场营销学	二(春)
	112703101323	*市场调研与预测	2	24	16	市场营销学	二(春)
	112703101324	数字化服务营销	2	32		市场营销学	二(春)
	112703101325	客户关系管理	2	24	16	市场营销学	三(秋)
	112703101326	*全渠道与销售管理	2	24	16	市场营销学	三(秋)
	114103101345	*大数据分析商务智能	3	32	32	Python数据分析与可视化	三(秋)
	114103101349	智慧供应链管理	2	28	8		三(春)
	112703101327	*营销数据分析与挖掘	2	24	16		三(春)
选修	112703201313	整合营销传播	2	24	16		三(秋)
	112703201314	跨国经营与国际市场营销（英文）	2	32		市场营销学	三(夏)
	112703201315	电子商务平台运营管理	2	32			三(秋)
	112703201316	海洋产业发展与营销管理专题	2	24	16	经济学（宏观部分）	三(春)
	112703201317	乡村产业振兴与电商专题	2	24	16	经济学（宏观部分）	三(春)

3. 工作技能课程

最低要求 24学分

其中：必修 18学分，选修 6学分

课程要求	课程代码	课程名称	学分	学时		先修课程	推荐学期
				讲授	实践		
必修	112704101317	创业管理	2	24	16	市场营销学	三(秋)
	112704101318	营销策划与案例开发	2	16	32	市场营销学	三(秋)
	112704103997	毕业实习	6		6周		四(春)
	112704104999	毕业论文	6		6周		四(春)
	112704101319	“智营销”三创赛实践训练	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
	112704201307	商务与管理沟通	2	24	16	市场营销学	三(春)
	112704201308	网络金融	1	16			三(秋)
	112704201309	数字化零售管理	2	24	16		三(春)
	112704201310	中国情境的营销管理创新训练	1		32	市场营销学	四(秋)

选修	112104201303	企业经营模拟	2	16	32		四(秋)
	112104201305	机器人商业企划与创新实践	2	28	8		本科四年获得
	112704201311	创新创业实践	2	12	40		本科四年获得
	114104201998	会计财务案例分析大赛	2	12	40		本科四年获得
	112704201312	旅游实践创新能力训练	2	8	48		本科四年获得
创新实验班必修与个性化选修模块	112704201313	△数据科学概论	2	32			二(秋)
	112704201315	△数字经济与数字管理概论	2	32		经济学(宏观部分)	二(秋)
	112704201316	△营销决策模型	2	32		市场营销学	二(春)
	112704201317	△数智消费专题	2	24	16	消费者行为学	三(秋)
	112704201318	△人工智能前沿方法与应用	2	24	16	数据科学概论	三(春)
	112704201319	△数智营销前沿专题	2	24	16	人工智能前沿方法与应用	三(春)

十、学生发展模块要求

1. 创新教育实践要求2学分，学生须通过参加学校组织的学科竞赛、本科生研究发展计划（SRDP）、国家级大学生创新创业训练计划等项目，参与教师科研课题研究、创业实践及社会调查等活动，或者通过获得专利、发表论文等获得学分，其申请和认定按照学校相关管理办法执行。
2. 心理健康教育要求2学分，由心理健康教育与咨询中心组织实施与认定。
3. 职业发展教育要求不低于1学分，学生通过必修《大学生职业发展教育》I 课程、选修《大学生职业发展教育》II、III、IV 课程获得。
4. 促进学生全面发展，鼓励学生积极参加“第二课堂”活动，包含思想政治类、社会实践类、志愿服务类、身心素养类、创新创业类等。其中，社会实践类、志愿服务类、创新创业类所获学时可根据学校相关管理办法认定创新教育实践学分。

十一、有关说明

1. 对于入学分级为英语III级的学生无需修读大学英语 I 和大学英语 II，其修读的小语种可以替代一门高级英语，但不得以其他语种在大学公共外语替代大学英语 I、大学英语 II 的学分。对于英语 I 级起点的学生必须从大学英语 I 开始修读，对于英语III级起点的学生，必须从大学英语III修读。
2. 《Python程序设计》《Python 数据分析与可视化》《数据库技术与应用》这三门课程都是必修课，不可替代；
3. 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；四年期间完成数智营销创新实验班必修与个性化选修课程达到8个及其以上学分，可以获得学校颁发的“数智营销管理”创新实验班证书。
4. 本专业劳动教育主要依托《思想道德与法治》《新产品开发与管理》《营销创意与案例开发》《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，培养学生的就业权益和劳动法律意识；4课时来自于《新产品开发与管理》、4课时来自于《营销创意与案例开发》、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。

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、营利性与非营利性组织的营销管理创新及应用培养具有数智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素养,同时掌握大数据与商务智能等现代数字、智能技术创新和应用,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、国际等营利性和非营利性组织机构的营销管理专业知识,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、国际等各类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.能够独立开展各类组织的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、管理学与数据科学、人工智能等基本理论知识与方法,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营销管理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. 全渠道与销售管理(56课时/3学分) |
| 3. 市场营销学(48课时/3学分) | 6. 数字营销概论(40课时/2学分) |

选修课程(10学分):

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. 大数据分析 with 商务智能(64课时/3学分) | 4. 新产品开发与管理(36课时/2学分) |
| 2. 客户关系管理(40课时/2学分) | 5. 整合营销传播(40课时/2学分) |
| 3. 营销策划与案例开发(40课时/2学分) | 6. 数智营销前沿专题(40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