

工商管理学院

市场营销专业本科培养方案

专业代码：120202

授予学位：管理学学士

一、培养目标和专业特色

（一）人才培养目标

本专业面向新时代国家发展战略和社会经济发展需要，旨在培养德智体美劳全面发展的，系统掌握现代市场营销理论、知识与技能，具备良好人格品质、职业素养和创新精神，能运用市场营销理论知识和工具对企业营销实际问题进行分析和处理，能够胜任各级各类企事业单位对市场调研、市场开发、营销策划和营销管理等岗位要求的高素质应用型专业人才。

经过本科阶段培养，市场营销专业毕业生及毕业后能够达到以下目标：

培养目标G1：诚信品质。具有良好的政治思想素质、社会责任感、道德修养和诚实守信的品质。

培养目标G2：身心健康。具有健康的体魄和心理素质，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力。

培养目标G3：创新意识。具有能够综合运用已有的知识、信息、技能和方法，提出新方法、新观点的思维能力和进行发明创造、改革、革新的意志、信心、勇气和智慧。

培养目标G4：实践能力。能够应用专业理论和方法，分析实际问题并具有解决问题的能力。

培养目标G5：国际视野。具有本土情怀，懂得运用市场营销的有关国际规则和惯例，具有国际化视野和在不同文化背景下的沟通交流能力，具备参与和管理涉外营销的能力。

培养目标G6：专业素质。对市场营销相关领域的发展动态及新知识、新技术具有一定的敏锐性；具备发现并利用新的创业机会，对资源进行优化整合，进行价值创造的创业能力；具备综合运用专业领域的理论、技术和方法处理营销工作中实际问题的素质。

（二）人才培养特色

本专业聚焦上海“五个中心”和长三角经济带建设，以各级各类工商企业、社会团体等企事业组织对应用型市场营销人才的需求为导向，突出学生国际化和应用能力的培养，通过多模块的课程体系设计和包括校企合作在内的多维培养路径，培养具有“诚信品质、实践能力、创新意识、国际视野”的高素质应用型营销人才。

二、毕业要求及其对人才培养目标的支撑

（一）毕业要求

根据培养目标，市场营销专业毕业生应达到以下要求：

毕业要求R1【思想政治素质】：（1）热爱祖国，践行社会主义核心价值观；（2）确立在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路、实现中华民族伟大复兴的共同理想和坚定信念；（3）树立正确的世界观、人生观和价值观，有高度的社会责任感和服务社会的奉献精神。

毕业要求R2【诚信品质】：（1）遵守法律法规及行业、组织等的规章制度；（2）具有高尚的职业道德、职业操守和服务社会的奉献精神，行为规范良好；（3）具有诚实守信的品质，遵守信用规则。

毕业要求R3【身心健康】：（1）身体素质好，具有健康的体魄；（2）具有积极的人生态度，良好的心理素质，能够应对外部压力；（3）具有人文底蕴和一定艺术审美能力。

毕业要求R4【学科知识】：（1）了解哲学、社会学、职业发展等方面的通识性知识；（2）熟练掌握数学、统计学、经济学等基础性知识；（3）系统掌握管理学、会计学、市场营销学、创业学等工商管理 and 市场营销相关专业知识。

毕业要求R5【创新意识】：（1）具有逻辑思维能力、批判精神和反思意识，通过创新思维和方法，形成个人判断、见解或对策；（2）勇于尝试理论或实践创新。

毕业要求R6【实践能力】：（1）能够应用管理与营销理论和方法分析并解决理论与实践问题；（2）通过实际的工作实践应用巩固原有知识，获取新知识并进一步提升解决实际问题的能力。

毕业要求R7【团队合作】：（1）具有为实现团队目标而努力奋斗且无私奉献的团队精神；（2）具有良好的语言、文字沟通表达能力；（3）具有良好的团队合作

能力，能够在团队、集体中通过分工和协助完成目标任务。

毕业要求R8【国际视野】：（1）具备国际商业环境中必备的语言能力；（2）能够适应国际商业环境需要，熟悉国际通用的准则、规则；（3）了解国际商业环境中的文化、礼仪等规范，能够参与国际交流与合作。

毕业要求R9【终身学习】：（1）培养主动学习的习惯；（2）把学习当成自己的事情，解决好学习中遇到的每个问题；（3）学会进行自我评价，遇到困难坚持不懈。

（二）毕业要求与人才培养目标的支撑关系

表 1：毕业要求对人才培养目标的支撑关系

培养目标 毕业要求	G1 诚信品质	G2 身心健康	G3 创新意识	G4 实践能力	G5 国际视野	G6 专业素质
R1 思想政治素质	√	√	√		√	
R2 诚信品质	√	√		√		
R3 身心健康	√	√	√	√	√	√
R4 学科知识			√	√	√	√
R5 创新意识			√	√	√	√
R6 实践能力		√	√	√	√	√
R7 团队合作	√	√	√	√	√	√
R8 国际视野		√	√	√	√	√
R9 终身学习		√	√	√	√	√

三、学制和最低学分要求

本科专业教育实行4学年的基本学制，并实行3-6年的弹性学制。每学年实行春季和秋季两学期，每学期实行长短两个学段。学生需在规定时间内修读完成不低于160学分。达到学士学位授予条件者，可以获得管理学学士学位。

四、主要课程和结构

（一）主要课程

管理学（全英语）、战略管理、会计学、财务管理学、组织行为学、人力资源管理、市场营销学（全英语）、创业基础、公司治理、运营管理、金融学、消费者行为学、市场调研与预测、国际营销学（全英语）、营销工程。

（二）课程结构

表 2：本专业学分数学时结构

分类	学分数（学分）					学时数（课堂学时）				
	总学分	其中1：		其中2：		总课堂学时	其中1：		其中2：	
		必修	选修	理论	实践		必修	选修	理论	实践
小计	160	118	42	94	66	2416	1792	624	1500	916
比重	100%	74%	26%	59%	41%	100%	74%	26%	62%	38%
注：选修课包括限选课；实践教学含实验和实训等环节；比重为占总学分或总学时的比例。										
学年学期的学分布										
学年	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		小计	合计
学期	1	2	3	4	5	6	7	8		
必修学分	23	28	19	19	14	11	0	4	118	160
限选学分	0	2	2	3	3	2	2	2	16	
其中：短学段	0	3	2	2	1	1	0	0	9	
自由选修学分	26								26	
注：自由选修课在1-8学期内完成。										

五、课程设置与毕业要求达成关系矩阵

表 3：本专业课程设置与毕业要求达成的关系矩阵

课程模块	课程（类）	毕业要求								
		思想政治素质	诚信品质	身心健康	创新意识	实践能力	国际视野	学科知识	团队合作	终身学习
通识课	思想政治教育课	√	√	√	√	√	√		√	
	大学英语	√	√			√	√	√		√

课程 模块	课程（类）	毕业要求								
		思想 政治 素质	诚信 品质	身心 健康	创新 意识	实践 能力	国际 视野	学科 知识	团队 合作	终身 学习
	数据和信息素养课	√	√		√	√	√		√	√
	大学体育	√	√	√		√			√	
	军事理论	√	√	√		√			√	
	诚信教育和职业发展课	√	√	√	√	√	√		√	√
	财经素养课	√	√		√	√	√	√	√	√
	通识选修课（含阅读与写作课、艺术审美课）	√	√	√	√	√	√	√	√	√
学科 专业 课	数学类课程	√	√		√	√		√		
	会计学	√	√			√	√	√		√
	金融学	√	√		√	√	√	√	√	√
	管理学（全英语）	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	市场营销学(全英语)	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	人力资源管理	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	供应链管理(全英语)	√	√		√	√	√	√	√	√
	消费者行为学	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	战略管理	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	市场调研与预测	√	√		√	√	√	√	√	√
	营销工程	√	√		√	√		√	√	√
	品牌管理	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	财务管理学	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	组织行为学	√	√	√	√	√		√	√	√
	专业选修课:									
	网络营销	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	公司治理	√	√	√	√	√		√	√	√
	运营管理	√	√	√	√	√		√	√	√
	国际营销学（全英语）	√	√	√		√		√	√	√
	国际商务文化与交流（全	√	√	√	√	√	√	√	√	√

课程 模块	课程（类）	毕业要求								
		思想政治 素质	诚信 品质	身心 健康	创新 意识	实践 能力	国际 视野	学科 知识	团队 合作	终身 学习
	英语)									
	新媒体营销	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	电子商务	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	跨学院选修课	√	√	√	√	√	√	√	√	√
实践 课	ERP沙盘模拟实验	√	√		√	√		√	√	√
	创业模拟实训	√	√	√	√	√		√	√	√
	市场营销模拟实验	√	√	√	√	√		√	√	√
	市场营销案例分析	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	实践选修课	√	√		√	√	√	√	√	√

六、专业教学计划表

1.专业教学教学计划表（见附表）

七、专业分流与转专业

1.本专业第4学期结束实行专业分流。学生经过大类培养阶段后通过专业分流机制进入专业培养。

2.通过转专业选拔转入本专业的学生，需补修本专业第1学年的学科专业基础课和专业核心课。

八、专业人才培养路径

为达到本专业的人才培养目标和规格，为体现高等教育“知识传授、能力培养、素质提高三者协调发展”的教育理念，本专业强调以下人才培养的路径：

（一）夯实理论基础，提高综合素质

本专业按照教育部对工商管理专业的课程设置要求，结合我校经济、管理科学的学科优势和行业背景，设计出高质量、有特色的课程体系，让学生掌握扎实的理论基础知识。通过系统的理论学习与实践活动相结合，培养学生综合的内在素质，包括思想政治素质、文化道德素质、心理素质和专业素质等。通过培养学生优良的综合素质，使其能适应复杂多变的工作环境，成为社会有用之才。

（二）产教融合与科教融合, 强化实践能力

本专业属于应用科学, 在培养本专业学生时, 加大实践性教学环节的力度, 加强劳动教育, 让学生在真情实景中学活知识, 缩短理论知识与实际操作的距离, 在实践中培养动手能力。本专业一方面通过课内实训、实验课程、社会实践和专业实践等加强学生动手能力培养, 另一方面, 与校院级产学研示范基地以及学院签约的各类实习基地开展产学研的深入合作, 以讲座、企业参观、实践课题研究、职业培训、岗位实习等多种形式, 为学生提供各种实习实践锻炼机会, 不断提高学生的专业实践能力。

（三）学赛结合, 培养创新精神与综合能力

通过“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛、“互联网+”大学生创新创业大赛、市场营销策划大赛、百元营销大赛等多级别多类别的专业竞赛, 提升学生创新思维, 增强学生的解决问题能力, 并为学生参加省市和国家级专业技能大赛提供辅导。通过举办大赛、讲座、论坛、模拟实践等方式, 丰富和拓展学生的学科专业知识。结合专业特点, 将有关的理论知识与大赛内容有机结合, 提高学生的实践能力和创新能力, 不断提升学生的综合能力。

（四）线上线下结合, 多种教学方法并举

大力推进金课建设, 采用线上线下教学相结合, 充分利用各类网络教学资源, 加强学生自主学习和深度学习。将最新研究成果和实践经验融入课程教学, 引入前沿知识, 加深学生对最新实践经验的理解。综合采用研讨式教学方法、问题导向教学方法、案例教学方法、口头报告和演示等多种教学方法, 加强学生批判性思维的培养, 提高学生的创新能力、团队精神和专业能力。

（五）放眼全球, 培养具有国际视野的专业人才

鼓励学生参加学校和学院的各类国际合作项目和国际学生交换项目, 拓展假期国外践习等活动, 引进优秀的国际师资和聘请国外知名高校教师来校开展课堂授课、学术讲座等教学科研活动, 积极促进学生国际交流。使用国外优秀教材, 引入国外优秀教学案例, 培养学生以全球的高度和意识分析和解决问题。工商管理学院经过近五年的努力, 完成了国际精英商学院协会(AACSB)各项认证准备工作, 已进入现场访视阶段。通过以AACSB认证为抓手, 共享AACSB商学院联盟的教育资源, 实现商学院联盟课程互认, 搭建国际化合作平台, 与国外学术机构和国际企业进行更多

的合作交流，为学生创造更多的国际化学习环境和海外深造的机会。

职业资质与专业培养的融合

分类	能力和职业资格证书		建议 考试 学年	课程融通的 支撑课程
	证书名称	资格考试机构		
职业 资质 证书	初级会计从业资格证书	财政部	3	会计学、财务管理学
	初级经济师	人社部	3	微观经济学、宏观经济学、管理学等
综合 素质 证书	大学英语四级证书	教育部高等教育司	1-2	大学英语（一） 大学英语（二）
	大学英语六级证书	教育部高等教育司	2-3	大学英语（一） 大学英语（二） 大学英语（三） 大学英语（四）
	计算机等级考试二级合格证书	教育部考试中心	2	数据库应用基础 A Python程序设计基础 大学信息技术

