

工商管理学院

2024级市场营销专业本科培养方案

专业代码：120202

授予学位：管理学学士学位

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、知识技能，有效利用数据分析及人工智能等工具，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五年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。特别是针对大数据分析、人工智能，能够有效利用运用市场营销管理理论与数智技术，分析并解决行业实际问题的能力。

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、社会团体等企事业单位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、新兴技术的方法及实践环节的设计，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。（3）具备利用新兴技术手段进行市场营销问题的分析与解决的创新意识。

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。（3）具备利用大数据收集及分析、人工智能辅助分析及决策等新兴技术手段，分析并解决市场营销实际问题的能力。

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【终生学习】：（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。（4）学会紧抓时代的需要，持续学习如人工智能、大数据分析、大模型等新兴技术。

（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G1	培养目标G2	培养目标G3	培养目标G4	培养目标G5	培养目标G6
毕业要求R1	√	√	√		√	
毕业要求R2	√	√		√		
毕业要求R3	√	√	√	√	√	√
毕业要求R4			√	√	√	√
毕业要求R5			√	√	√	√
毕业要求R6		√	√	√	√	√
毕业要求R7	√	√	√	√	√	√
毕业要求R8		√	√	√	√	√
毕业要求R9		√	√	√	√	√

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、财务管理基础、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、国际商务文化与交流（全英语）。

（二）课程结构

表 2：本专业学分学时结构

分类	学分数					学时数				
	总学分	其中1:		其中2:		总学时	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	121	39	103	57	2416	1840	576	1754	662
比重	100%	75.62%	24.38%	64.38%	35.62%	100%	76.16%	23.84%	72.60%	27.40%
注：选修课包括限选课；实践教学含课内实践、实验和实训等环节；比重为占总学分或总学时的比例。实践学时不含按周开展实践教学活动的课程学时。										
学年学期的学分分布										
学年	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		小计	
学期	1	2	3	4	5	6	7	8		
必修学分	26.25	22.25	18.75	18.25	8.25	15.75	0.25	11.25	121	
限选学分	10									
自由选修学分	29									

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								
		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9
通识课	思想政治教育课	H	L	L	L			M		H
	大学英语	L	L		H			L	H	M
	数据和信息素养课	L	L		L	H	M	M		M
	大学体育	L	L	H				M		M
	军事理论	H	L		L			L		
	诚信教育和职业发展课、劳动实践、心理健康	M	H	H	L			M		H
	财经素养课	L	L		H		L	L		M
	通识选修课（含阅读与写作课、艺术审美课）	L	L	M	H	M	M	M	M	M
学科专业 课	数学类课程	L	L		H	L	L	L		
	会计学	L	L		H	L	L	M		
	金融学	L	L		H		L	L		
	管理学（全英语）	L	L		H		L	L	H	

课程 模块	课程（类）	毕业要求								
		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9
	市场营销学(全英语)	L	L		H		M	M	H	
	人力资源管理	L	L		H		L	L		
	供应链管理(全英语)	L	L		H		L	L	H	
	消费者行为学	L	L		H		L	L		
	战略管理	L	L		H		L	L		
	市场调研与预测	L	L		H	H	L	M		
	营销工程	L	L		H	H	L	L		
	品牌管理	L	L		H		L	L		
	国际营销学（全英语）	L	L		H		M	L	H	
	国际商务文化与交流（全英语）	L	L		H		L	L	H	
	专业选修课：									
	服务营销	L	L		H		L	L		
	公司治理	L	L		H		L	L		
	运营管理	L	L		H		L	L		
	财务管理基础	L	L		H	L	L	L		
	新媒体营销	L	L		H		M	L		
	网络营销	L	L		H		M	L		
	跨学科跨专业选修课	L	L		H		L	L		
实践课	ERP沙盘模拟实验	L	L		H		L	H		
	创业模拟实训	L	L		H		L	H		
	市场营销模拟实验	L	L		H		L	H		
	市场营销案例分析	L	L		H		L	H		
	短学段-专业与创新实践	L	L		H		L	H		

六、课程关系图

1.课程关系图（见附图）

七、专业教学计划表

1.专业教学计划表（见附表）

八、转专业

- 1.本专业可参与大一第二学期的转专业。
- 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。

九、专业人才培养路径

1.1. 夯实基础理论，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。通过与新兴技术相结合的课程、实践环节的设计，培养学生运用先进技术解决实际问题的能力及素养，培养学生终生学习的意识。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。

2.2.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。

3.3.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、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的能力，并为学生参加省市和全国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。

4.4.职业资质与专业培养的融合

全面提高学生的综合素质，支持学生取得全国大学英语四级、六级证书，全国和上海市计算机等级证书。支持学生在校期间通过积极参加“证券期货基金业从业人员资格”、“会计专业技术资格（初级证书）”、“互联网营销师”等职业资格证书考试，或通过职业资格证书课程，提升职业胜任能力，具体见学院和学校推荐的证书目录。

表 4：学院推荐学生在校期间考取的证书

(一) 学科专业资格证书				
能力和职业资格证书		建议考试 学年	课程融通的主要支撑课程	备注
证书名称	资格考试机构			
会计专业技术资格（初级证书）	财政部	2、3	会计学、财务管理基础	财经类人才通用能力证书
人力资源管理员（初级证书）	人力资源社会保障部	2、3	人力资源管理、管理学	财经类人才通用能力证书
经济专业技术资格初级资格	人力资源社会保障部	2、3	微观经济学、宏观经济学、管理学等	财经类人才通用能力证书
证券期货基金业从业人员资格	证监会	2、3	微观经济学、宏观经济学、金融学等	财经类人才通用能力证书
(二) 全校通用职业资格证书				
学校和各学院推荐学生在校期间考取职业资格证书或证书课程目录的证书。				
(三) 综合素质证书				
能力和职业资格证书		建议考试 学年	课程融通的主要支撑课程	
全国大学英语四级证书（CET-4）		1-2	大学英语	
全国大学英语六级证书（CET-6）		2-3	大学英语	
全国计算机等级考试二级证书或上海市高等学校信息技术水平考试（二三级）		2-4	数据和信息素养（计算机）课	
予以认定的职业资格证书和职业资格证书课程动态调整，经学院推荐、教务处审批后更新并执行。				

工商管理学院
2024级市场营销专业本科指导性教学计划表
Education Guiding Schedule for Marketing Undergraduate of Grade 2024

课程 模块 Course Module	序 号 Seq .	课程编码 Course Code	课程名称 Courses	总学 分 Credit s	总学 时 Hours	学时分配 Allocation of Period		课程 性质 Course Nature	开设 学期 Semester (长/短)	开课 单位 School	备注 Notice	
						理论 学时 Theoretical	实践 学时 Practical					
(一) 长学段教学 1.1长学段-通识课模块 Long Semester-Liberal Education												
长学 段/必 修 通识 课模 块	长学 段/必 修	1	210980210 马克思主义基本原理 Basic Principles of Marxism	2	32	32		必修	2长	马克思	考试 见实施方案	
		2	210960210 思想道德与法治 Ideology, Morality and Rule of Law	2	32	32		必修	1长	马克思	考试 见实施方案	
		3	210060210 中国近现代史纲要 Outline of Modern and Contemporary Chinese History	2	32	32		必修	1长	马克思	考试 见实施方案	
		4	210030210 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 An Introduction to Mao Zedong Thought and Theories of Socialism with Chinese Characteristics	2	32	32		必修	4长	马克思	考试 见实施方案	
		5	210930210 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 An Overview of Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	2	32	32		必修	4长	马克思	考试 见实施方案	
		6	210050Q10 ~ 210650Q10 形势与政策 Current Affairs and State Policies	2	64	32	32	必修	1长-8长	马克思	见实施方案	
		7	210010110 诚信教育 Honesty Education	1	16	16		必修	1长	马克思	见实施方案	
		8	180010310 大学英语(一) College English I	3	48	48		必修	1长	外语	考试	
		9	180020310 大学英语(二) College English II	3	48	48		必修	2长	外语	考试	
		10	180030210 大学英语(三) College English III	2	32	32		必修	3长	外语	考试	
		11	180040210 大学英语(四) College English IV	2	32	32		必修	4长	外语	考试	
		12	173690210 数据库应用基础A Fundamentals of Database Application A	2	32	12	20	必修	1长	计算机	考试	
		13	173280210 Python程序设计基础 Fundamentals of Python Programming	2	32	12	20	必修	2长	计算机	考试	
		14	220010110 体育(一) Physical Education I	1	32	32		必修	1长	体育		
		15	220020110 体育(二) Physical Education II	1	32	32		必修	2长	体育		
		16	220030110 体育(三) Physical Education III	1	32	32		必修	3长	体育		
		17	220040110 体育(四) Physical Education IV	1	32	32		必修	4长	体育		
		18	140060310 微观经济学 Microeconomics	3	48	45	3	必修	2长	经贸	考试	
		19	140030310 宏观经济学 Macroeconomics	3	48	45	3	必修	3长	经贸	考试	
		20	130030210 创业基础 Foundation of Entrepreneurship	2	32	22	10	必修	4长	工商		
		21	134660H10 134670H10 职业规划与就业指导 Career Planning and Employment Guidance	1	16	16		必修	3长+6长	工商	见实施方案	
		22	310220110 310230110 心理健康 Psychological Health	2	32	32		必修	1长+6长	学生处	见实施方案	
		23	310010210 军事理论 Military Theory	2	32	32		必修	1长	学生处	见实施方案	
	学分要求 Credit Requirement				44	800	712	88				
	长学 段/限 选	长学 段/限 选	24	数据和信息素养课程 Data and Information Specific Courses	2	32	16	16	限选	3长-5长	信管	见实施方案
			25	240010210 应用文写作 Practical Chinese Writing	2	32	24	8	限选	1长	人文	见实施方案
			26	体育限定选修 Sports Restricted Elective Courses	1	16	16		限选	3长-8长	体育	见实施方案
			27	艺术审美类课程 Art and Aesthetic Courses	2	32	24	8	限选	2长-4长	人文	见实施方案
		学分分选要求 Selective Credit Requirement				7	112	80	32			

2024级市场营销专业本科指导性教学计划表
Education Guiding Schedule for Marketing Undergraduate of Grade 2024

课程模块 Course Module		序号 Seq.	课程编码 Course Code	课程名称 Courses	总学分 Credits	总学时 Hours	学时分配 Allocation of Period		课程性质 Course Nature	开设学期 Semester (长/短)	开课单位 School	备注 Notice
							理论学时 Theoretical	实践学时 Practical				
通识课模块	长学段/自由选修	28	社会科学类 Social Science Courses	6	96	92	4	自由选修	2长-8长	—		
		29	科学技术类 Science and Technology Courses					自由选修	2长-8长	—		
		30	创新创业类 Innovation and Entrepreneurship Courses					自由选修	2长-8长	—		
		31	国际视野类 International Vision Courses					自由选修	2长-8长	—		
		学分应选要求 Selective Credit Requirement			6	96	92	4				
	通识课模块学分小计 Subtotal of Credit Requirement for Liberal Education			57	1008	884	124					
(一) 长学段教学 1.2长学段-学科专业必修课模块 Long Semester-Professional Education												
学科专业课模块	长学段/专业必修	1	160030410	高等数学B—微积分(一) Advanced Math Level B - Calculus I	4	64	64		必修	1长	统数	考试
		2	160040410	高等数学B—微积分(二) Advanced Math Level B - Calculus II	4	64	64		必修	2长	统数	考试
		3	160060210	线性代数(经管) Linear Algebra (EM)	2	32	32		必修	2长	统数	考试
		4	160020310	概率论与数理统计(经管) Probability and Mathematical Statistics(EM)	3	48	48		必修	3长	统数	考试
		5	110010310	会计学 Accounting	3	48	44	4	必修	1长	会计	考试
		6	120030310	金融学 Finance	3	48	42	6	必修	3长	金融	考试
		7	130010313	管理学(全英语) Management(English)	3	48	42	6	必修	2长	工商	考试
		8	131030313	市场营销学(全英语) Marketing(English)	3	48	44	4	必修	3长	工商	考试
		9	130060210	人力资源管理 Human Resource Management	2	32	28	4	必修	4长	工商	考试
		10	130490313	供应链管理(全英语) Supply Chain Management(English)	3	48	42	6	必修	4长	工商	考试
		11	131000210	市场调研与预测 Market Investigating and Forecasting	2	32	22	10	必修	4长	工商	考试
		12	134260213	国际商务文化与交流 (全英语) International Business Culture and Communication (English)	2	32	22	10	必修	5长	工商	考试
		13	131260210	消费者行为学 Consumer Behavior	2	32	22	10	必修	5长	工商	考试
		14	131490210	战略管理 Strategic Management	2	32	28	4	必修	5长	工商	考试
		15	134290310	营销工程 Marketing Engineering	3	48	33	15	必修	6长	工商	考试
		16	130810210	品牌管理 Brand Management	2	32	22	10	必修	6长	工商	考试
		17	130600313	国际营销学 (全英语) International Marketing(English)	3	48	33	15	必修	6长	工商	考试
	学分要求 Credit Requirement			46	736	632	104					
	长学段/专业选修	18	131650223	服务营销学(全英语) Service Marketing(English)	2	32	22	10	自由选修	5长	工商	
		19	130050220	金融营销学 Financial Marketing	2	32	28	4	自由选修	5长	工商	跨学科融合课程
		20	131070220	网络营销 Cyber Marketing	2	32	22	10	自由选修	5长	工商	
		21	130560223	广告与整合营销传播(全英语) Advertising and Integrated Marketing Communications	2	32	22	10	自由选修	5长	工商	
		22	133100220	营销渠道管理 Marketing Channel Management	2	32	28	4	自由选修	5长	工商	
		23	130930220	商务谈判 Business Negotiations	2	32	28	4	自由选修	5长	工商	

2024级市场营销专业本科指导性教学计划表
Education Guiding Schedule for Marketing Undergraduate of Grade 2024

课程模块 Course Module		序号 Seq .	课程编码 Course Code	课程名称 Courses	总学分 Credits	总学时 Hours	学时分配 Allocation of Period		课程性质 Course Nature	开设学期 Semester (长/短)	开课单位 School	备注 Notice	
							理论学时 Theoretical	实践学时 Practical					
学科专业模块	长学段/专业选修	24	134600220	数字经济与管理创新 Digital Economy and Management Innovation	2	32	22	10	自由选修	5长	工商		
		25	135290220	数字营销 Digital Marketing	2	32	22	10	自由选修	6长	工商		
		26	131280220	新媒体营销 New Media Marketing	2	32	22	10	自由选修	6长	工商		
		27	110210220	财务管理基础 Fundamentals of Financial Management	2	32	28	4	自由选修	6长	会计		
		28	131430220	营销策划 Marketing Planning	2	32	22	10	自由选修	6长	工商		
		29	131270220	销售管理 Sales Management	2	32	22	10	自由选修	6长	工商		
		30	131470220	运营管理 Operation Management	2	32	22	10	自由选修	6长	工商		
		31	134250220	大数据与管理 Big Data and Management	2	32	28	4	自由选修	6长	工商		
		32	131680220	企业风险管理 Corporate Risk Management	2	32	28	4	自由选修	7长	工商		
		33	130760223	客户关系管理(全英语) Customer Relationship Management(English)	2	32	28	4	自由选修	7长	工商		
		34	131220220	物流学 Logistics	2	32	22	10	自由选修	7长	工商		
		35	134030220	公司治理 Corporation Governance	2	32	22	10	自由选修	7长	工商		
		36	130210220	创业融资 Entrepreneurial Finance	2	32	26	6	自由选修	7长	工商		
		37	130510223	管理经济学（全英语） Managerial Economics(English)	2	32	22	10	自由选修	7长	工商		
		38	131560220	组织行为学 Organizational Behavior	2	32	22	10	自由选修	7长	工商		
		学分应选要求 Selective Credit Requirement				14	224	154	70				
			39	长学段-跨学科跨专业选修课 Long Term-Interdisciplinary Electives			4	64	60	4	自由选修	4长-8长	—
	学科专业课模块学分小计 Subtotal of Credit Requirement for Professional Education				64	1024	846	178					
(一) 长学段教学 1.3长学段-专业与创新实践 Long Semester-Professional and Innovation Practical Education													
实践课模块	长学段/必修	1	173710114	大学信息技术 College Information Technology	1	16		16	必修	1长	计算机	第一学期完成，自主学习	
		2	210970114	思想道德与法治实践 Practical Course of Ideology, Morality and Rule of Law	1	16	4	12	必修	1长	马克思	见实施方案	
		3	210100114	中国近现代史纲要实践 Practical Course of Outline of Chinese Modern and Contemporary History	1	16	4	12	必修	1长	马克思	见实施方案	
		4	134220314	ERP沙盘模拟实验 ERP Simulation Experience	3	48		48	必修	3长	工商	独立设置实验课	
		5	131020214	市场营销模拟实验 Marketing Simulation Experiment	2	32		32	必修	5长	工商	专业综合实验课	
		6	131700214	市场营销案例分析 Marketing Case Analysis	2	32		32	必修	6长	工商	专业综合实验课	
		7	130200214	创业模拟实训 Entrepreneurial Simulation Practice	2	32		32	必修	6长	工商	专业综合实验课	
		8	134440414	市场营销毕业实习 Graduation Internship	4	8周		8周	必修	7短-8长	工商	第7学期开始，第8学期结束	
		9	134540614	市场营销毕业论文（设计） Dissertation(Design)	6	12周		12周	必修	7短-8长	工商	第7学期开始，第8学期结束	
		10	134160114	学术论文写作技巧 Writing Skills of Dissertation	1	16	4	12	必修	6长	工商	考查，安排8周课	
		11	310180114 310190114	劳动教育与实践 Labor Education and Practice	2	32		32	必修	2长+8长	学生处	见实施方案	
		学分要求 Credit Requirement				25	240	12	228				

2024级市场营销专业本科指导性教学计划表
Education Guiding Schedule for Marketing Undergraduate of Grade 2024

课程模块 Course Module		序号 Seq.	课程编码 Course Code	课程名称 Courses	总学分 Credits	总学时 Hours	学时分配 Allocation of Period		课程性质 Course Nature	开设学期 Semester (长/短)	开课单位 School	备注 Notice
							理论学时 Theoretical	实践学时 Practical				
实践课模块	长学段/限选	12	133040110	市场营销专业新生研讨课 Freshman Seminar	1	每周			限选	1长+2长	工商	见学院实施方案
		13		创新创业实践 Innovation and Entrepreneurship Practice	2	0			限选	3长-8长	—	
		学分应选要求 Selective Credit Requirement			3	0	0	0				
		实践课（长学段）学分要求 Credit Requirement for Practical Education (Long Semester)			28	240	12	228				
长学段学分小计 Subtotal of Credit Requirement for Long Semesters					149	2272	1742	530				
(二) 短学段教学 2.1短学段-综合素质实践 Short Semester-Comprehensive Ability Practice												
实践课模块	短学段/必修	1	310060214	军事训练 Military Training	2	2周		2周	必修	1短	学生处	见实施方案
		2	210990114	马克思主义基本原理实践 Practical Course of Basic Principles of Marxism	1	16	4	12	必修	2短	马克思	见实施方案
		3	210080114	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论实践 Practical Course of Introduction to Mao Zedong Thought and the Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics	1	16	4	12	必修	4短	马克思	见实施方案
		4	211070114	习近平新时代中国特色社会主义思想概论实践 Practical Course of Introduction to Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	1	16	4	12	必修	4短	马克思	见实施方案
		5	134590114	能力素质拓展课 Ability and Quality Development Course	1	16		16	必修	6短	工商	见学院实施方案，由学院组织实施及认定
	学分要求 Credit Requirement			6	64	12	52					
(二) 短学段教学 2.2短学段-专业与创新实践 Short Semester-Professional and Innovation Practical Education												
实践课模块	科教融合实训课程	1	13096012E	商业伦理 Business Ethics	1	16		16	自由选修	2短-4短	工商	
		2	13097012E	商业与艺术 Business and Art	1	16		16	自由选修	2短-4短	工商	
		3	13413012E	文化旅游项目开发 Development of Culture Industry	1	16		16	自由选修	5短-6短	工商	
	产教融合实务课程	4	13082012D	企业社会责任 Corporate Social Responsibility	1	16		16	自由选修	2短-4短	工商	
		5	13092012D	商务礼仪与职场沟通 Business Etiquette and Professional Communication	1	16		16	自由选修	2短-4短	工商	
		6	13428012D	跨境电子商务与物流 Cross-boarder EC and Logistics	1	16		16	自由选修	5短-6短	工商	
		7	13476012D	产业经济分析方法 Industrial Economic Analysis Method	1	16		16	自由选修	5短-6短	工商	
		8	13407012D	IP商业开发与实践 IP Business Development and Practice	1	16		16	自由选修	4短-5短	工商	
		9	13412012D	视觉营销 Visual Merchandising	1	16		16	自由选修	3短-4短	工商	
		10	13441012D	金融市场分析 Financial Market Analysis	1	16		16	自由选修	3短-4短	工商	
	学科专业和行业前沿课程	11	13052012B	管理前沿 Current Issues in Management	1	16		16	自由选修	5短-6短	工商	
		12	13101012B	市场营销前沿 Current Issues in Marketing	1	16		16	自由选修	5短-6短	工商	
	国际化课程	13	13482022C	国（境）外学习和实践 Learning and Practice Abroad	2	2周		2周	自由选修	1短-8短	工商	
	学分应选要求 Selective Credit Requirement			5	80	0	80					
实践课（短学段）学分要求 Credit Requirement for Practical Education (Short Semester)					11	144	12	132				
实践课模块小计 Subtotal of Practical Education					39	384	24	360				
(三) 综合能力素质测评 Comprehensive Ability and Quality Assessment												
综合能力素质测评	1	221540010	大学生体质测试 Physical Fitness Test	※	※			必修	1-8	体育	见体育类公共课实施方案	

2024级市场营销专业本科指导性教学计划表
Education Guiding Schedule for Marketing Undergraduate of Grade 2024

课程模块 Course Module	序号 Seq .	课程编码 Course Code	课程名称 Courses	总学分 Credits	总学时 Hours	学时分配 Allocation of Period		课程性质 Course Nature	开设学期 Semester (长/短)	开课单位 School	备注 Notice
						理论学时 Theoretical	实践学时 Practical				
综合能力素质测评	2	250170010	大学生普通话水平测试 Mandarin Chinese Proficiency Test	※	※			必修	3-4	校语委	见年度测试方案
	3	330020010	阅读能力 Reading Ability	※	※			必修	1-6	图书馆	
专业学分要求合计 Total Credit Requirement				160	2416	1754	662				

注：①实践课部分，除学校统一安排的实践教学环节外，由学院组织实施。②综合能力素质测评不占学分。获得毕业资格，需达到综合能力素质测评要求。

制定人Drafter(专业主任 Director of Major):

审核人Reviewer(教学副院长 Vice Dean of School):

学院院长 Dean of School: