

市场营销 2018 级本科人才培养方案

一、培养目标

本专业根据“宽口径、厚基础、强应用、个性化”的基本原则，培养践行社会主义核心价值观，具有较强的社会责任感、公共意识和创新精神，适应国家经济建设需要，具备人文精神与科学素养，系统学习掌握现代市场营销的基本理论、方法，了解本专业及相关领域最新动态和发展趋势，具有现代管理、市场经济、财务运作、商务统计等多学科的基本理论素养、专业知识和能力，并具备开阔的国际视野、本土的人文情怀、灵活的营销思维、协作的团队能力、高效的沟通技能、创新创业精神，能在企事业单位及政府部门从事管理、科研、教学等工作的应用型、复合型、创业型、创新型高级营销管理专业人才。

本专业毕业生预期达到以下目标：

目标 1.职业素养：具备职业道德、职业忠诚、人文素养、社会责任和工匠精神。

目标 2.专业知识：通晓现代管理理论，掌握扎实的营销学科基础知识，能够运用批判性思维来处理问题并提高工作绩效。

目标 3.实践应用：具备分析问题、解决问题的营销科学方法和数据处理能力，具备较强的营销策划、商务沟通和市场推广能力。

目标 4.创新精神：明晰经典营销理论和前沿营销思想，具备开阔的知识广度和自主学习深度，培养创造思维和创新创业能力。

目标 5.国际视野：具备国际化视野和跨文化交流能力，掌握参与国际市场营销活动的技能。

二、毕业要求

为实现专业培养目标，经过系统的课程教学、课外实践、情境模拟、自主学习，本专业的毕业生应达到以下要求：

毕业要求 1. 道德伦理：具有人文底蕴、科学精神、职业素养和社会责任感，具有良好的职业道德和岗位忠诚度。

毕业要求 2. 逻辑思维：可以识别、判断、评估营销问题，灵活运用归纳和演绎、分析和综合以及从具体到抽象的思维方法。

毕业要求 3. 批判思维：能够发现、辨析、质疑、评价营销领域的现象和问题，表达个人见解。

毕业要求 4. 信息技能：掌握信息技术、商务智能和大数据在营销领域的定性、定量分析方法。

毕业要求 5. 综合分析：具备扎实的市场营销基础知识和专业知识，对营销领域的复杂问题进行分析并提出整体解决方案。

毕业要求 6. 团队协作：有效管理团队、凝结团队，与团队成员和谐相处、协作共事。

毕业要求 7. 沟通表达：具备商务礼仪、人际沟通、跨文化交流技能，达到有效沟通。

毕业要求 8. 自主学习：养成课内课外、线上线下自主学习和终身学习的态度与习惯。

此外，市场营销专业毕业生培养目标、毕业要求与课程的对应关系矩阵图：（见附表 1）

三、学制

本专业实行 3-6 年弹性学制，基本学制为 4 年。

四、教学基本结构与学分分配

1.最低毕业总学分

本专业最低毕业总学分为 160 学分，其中，第一课堂为 148 学分，第二、三课堂为 12 学分。

2.课程学分分配

表 1 课程学分分配表

课程类别		学分	合计
必修课	通识平台课	51	105
	学科平台课	25	
	专业课	15	
	第二课堂必修	6	
	毕业实习与毕业论文	8	
选修课	通识平台课	12	55
	专业课	16	
	个性化平台课	10	
	任意选修课	6	
	短学期	5	
	第二、三课堂选修	6	
合计			160

3.专业核心课程

微观经济学、宏观经济学、基础会计、管理学、商务统计及软件应用、财务管理、市场营销学、创业管理、组织行为学、市场调研、消费行为学、整合营销传播、销售管理、网络营销、国际营销（双语）、服务营销、品牌管理、营销策划、新媒体营销、营销管理前沿、绿色营销专题、社会营销专题、金融营销、房地产营销、企业间营销理论与实务等。

4.实验及实践教学安排

表 2 市场营销专业实践教学体系一览表

实践环节	教学内容	教学平台	课程类别	学时	学分
第一课堂课程 实践	信息技术应用基础	通识	必修	30	1
	Python 程序设计	通识	必修	32	1
	创业基础	通识	必修	16	1
	商务统计及软件应用	学科	必修	48	3
	基础会计	学科	必修	9	0
	市场营销	学科	必修	6	0
	电子商务导论	学科	选修	18	0.5
	市场调研	专业	必修	24	0.5
	网络营销	专业	必修	32	2
	整合营销传播	专业	必修	6	0
	服务营销	专业	必修	6	0
	品牌管理	专业	选修	8	0
	广告策划与创意	专业	选修	12	0
	新媒体营销	个性化	选修	32	2
	营销策划	专业	选修	14	0
	运营管理	专业	选修	15	0
	ERP 模拟演练	专业	选修	42	2
	ERP 软件应用	专业	选修	32	1
	供应链管理	专业	选修	8	0
	高级经济数学	个性化	选修	16	1
	大数据探索分析	个性化	选修	16	1
	公共关系学	个性化	选修	8	0
	连锁经营与管理	专业	选修	8	0
	商务谈判	个性化	选修	6	0
	房地产营销	个性化	选修	4	0
	企业间营销理论与实务	个性化	选修	6	0
	客户关系管理	个性化	选修	32	1
第二课堂实践	军训、思想政治课、百本书、体育锻炼、社会实践、社团、讲座、公益活动等	通识、个性化	必修、选修		9
第三课堂实践	创新创业实践活动	个性化	选修		3
短学期实践	短学期课程、专业实践等	学科、专业	选修		5
毕业实践	毕业实习、毕业论文	专业	必修		8
学分合计					42

五、毕业与学位授予

本专业学生必须取得培养方案规定的全部环节学分，总学分达到 160 学分，发给本专业

毕业证书。符合授予学士学位条件的授予管理学学士学位。

六、本专业准入准出标准

1.专业准入标准

本专业申请准入的条件如下：

第二学期：完成原专业(类)第 1 学期的必修课程学习，取得相应学分且平均学分绩点不低于 3.0。

第三学期：完成原专业(类)第 1、2 学期的必修课程学习，取得相应学分，并修读《管理学》、《基础会计》，取得相应学分。

第四学期：完成原专业(类)第 1、2、3 学期的必修课程学习，取得相应学分，并修读《管理学》、《基础会计》、《市场营销学》、《组织行为学》，取得相应学分。

2.专业准出标准

外专业学生修读完本专业指定准出课程，完成本专业的毕业实习和毕业论文后，可以申请辅修准出，获得本专业辅修证书。

外专业学生修读完本专业指定准出课程，并完成本专业培养方案其它所有环节后，可以申请专业准出，获得本专业毕业证书。符合授予学士学位条件的授予管理学学士学位。

附表 1：市场营销专业毕业生知识、能力、素质要求与课程的对应关系矩阵图

表 3 市场营销专业培养目标与毕业要求的关系矩阵图

毕业要求	培养目标				
	职业素养	专业知识	实践应用	创新精神	国际视野
1.道德伦理	√				√
2.逻辑思维		√	√		
3.批判思维		√		√	
4.信息技能		√	√	√	
5.综合分析		√	√	√	
6.团队协作	√		√		
7.沟通表达	√				√
8.自主学习	√			√	√

表 4 市场营销专业毕业要求与课程设置的关系矩阵图

课程名称	毕业要求							
	道德 伦理	逻辑 思维	批判 思维	信息 技能	综合 分析	团队 协作	沟通 表达	自主 学习
思想品德修养与法律基础	√		√					
马克思主义基本原理	√		√					
大学生心理健康教育	√		√		√		√	
中国近代史纲要	√				√		√	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	√							
形势与政策	√							
军事理论						√		
公共体育						√		
专项体育						√		
大学英语读写					√			√
大学英语听说					√			√
大学英语技能					√			√
微积分		√						
线性代数		√			√			
概率论与数理统计		√			√			
信息技术应用基础				√	√			
Python 程序设计				√	√			
微观经济学			√		√			
宏观经济学			√		√			
基础会计				√	√			
管理学					√	√		
市场营销学					√	√		
组织行为学					√	√		
财务管理				√	√			
商务统计及软件应用		√		√				
创业管理					√	√		√
市场调研				√	√			
消费行为学			√		√			
销售管理					√		√	
网络营销				√	√			
整合营销传播					√		√	
国际营销（双语）					√		√	
服务营销	√				√			
品牌管理					√			√
战略管理		√		√	√			
新媒体营销				√	√			
营销策划		√	√	√	√			
运营管理				√	√	√		
营销管理前沿	√				√			√
大学生生涯规划	√	√		√	√	√	√	√
公共关系学					√		√	
商务谈判		√					√	
金融营销					√			√
房地产营销		√			√			√
企业间营销理论与实务		√	√	√	√		√	
第二课堂实践	√			√	√	√	√	√
第三课堂实践		√	√	√	√	√	√	√
短学期实践		√	√	√	√	√	√	√
毕业实践	√	√	√	√	√	√	√	√

附件一：浙江财经大学市场营销专业学分制指导性教学计划表

专业：市场营销

专业代码：2042

基本学制：4

课程类别	序号	课程编号	课程名称	学分数	总学时	学时分配				周学时	起止周数	建议修读学期	开课部门	修读说明
						讲课	实验	课程实践	自主学习					
通识教学平台	通识基础必修	1	PHE1001	公共体育（1）	1.0	30	30	0	0	0	2.0	2-16	一 1	体育
		2	MAR1015	形势与政策	2.0	64	64	0	0	0	2.0	1-16		马院
		3	MAR1010	思想品德修养与法律基础	3.0	45	45	0	0	0	3.0	2-16	一 1	马院
		4	MAR1014	大学生心理健康教育	1.0	16	16	0	0	0	1.0	1-16	一 2	马院
		5	STU1001	军事理论	1.0	30	30	0	0	0	2.0	1-16	一 2	学生处
		6	MAR1003	中国近现代史纲要	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	一 2	马院
		7	INE1001	创业基础	2.0	32	10	0	22	0	2.0	1-16	一 2	创院
		8	PHE1002	公共体育（2）	1.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	一 2	体育
		9	MAR1001	马克思主义基本原理	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	二 1	马院
		10	PHE1003	专项体育（1）	1.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 1	体育
		11	MAR1005	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4.0	64	64	0	0	0	4.0	1-16	二 2	马院
		12	PHE1004	专项体育（2）	1.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 2	体育
		小计			22									
	通识分层必修	13	FRL1002	大学英语听说（1）	2.0	30	30	0	0	0	2.0	2-16	一 1	外语
		14	INF1181	信息技术应用基础	2.0	45	30	15	0	0	2.0-1.0	2-16	一 1	信工
		15	FRL1005	大学英语读写（1）	2.0	30	30	0	0	0	2.0	2-16	一 1	外语
		16	DAT1154	微积分 A（1）	4.0	60	60	0	0	0	4.0	2-16	一 1	数科
		17	INF1180	Python 程序设计	3.0	64	32	32	0	0	2.0-2.0	1-16	一 2	信工
		18	FRL1003	大学英语听说（2）	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	一 2	外语
		19	DAT1155	微积分 A（2）	4.0	64	64	0	0	0	4.0	1-16	一 2	数科
		20	FRL1006	大学英语读写（2）	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	一 2	外语
		21	DAT1161	线性代数 A	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	二 1	数科
		22	FRL1007	大学英语技能	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 1	外语
		23	DAT1025	概率论与数理统计	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	二 2	数科
		小计			29									

	通识选修	通识教育核心课程	24	课程组	通识教育核心课程	12	在通识教育核心课程中，至少修读 1 门课程；在社会认知与国际视野、科学精神与技术进步、人文素养与审美艺术三个通识教育板块课程中，每个板块至少修读 1 门课程；剩余学分可在通识选修课程中选择修读。									
		通识教育板块课程	25	课程组	社会认知与国际视野											
			26	课程组	科学精神与技术进步											
			27	课程组	人文素养与审美艺术											
			28	课程组	管理智慧与创新创业											
		技能提升课程	29	课程组	技能提升板块											
实践环节	第二课堂	30	STU1002	军训	1.0									学生处		
		31	BUA1139	读百本书活动	2.0									工商		
		32	MAR1038	思想政治理论课实践	2.0									马院		
		33	PHE1006	体育锻炼	1.0									体育		
		小计				6										
通识教学平台应修读学分					69											
学科教学平台	课程环节	学科必修	34	ECO1114	微观经济学	3.0	45	45	0	0	0	3.0	2-16	一 1	经济	准出课程
			35	ACC1130	基础会计	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	一 2	会计	准入/准出课程
			36	BUA1009	管理学	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	一 2	工商	准入/准出课程
			37	ECO1134	宏观经济学	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	一 2	经济	准出课程
			38	ACC1051	财务管理	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	二 1	会计	准出课程
			39	BUA1096	市场营销学	3.0	48	42	0	6	0	3.0	1-16	二 1	工商	准入/准出课程
			40	BUA1048	组织行为学	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 1	工商	准入/准出课程
			41	BUA1003	创业管理	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 2	工商	准出课程
			42	BUA1146	商务统计及软件应用	3.0	48	0	48	0	0	3.0	1-16	二 2	工商	准出课程
			小计				25									
	实践环节	短学期	43	BUA1144	短学期课程等	1.0		0	0		0		1-18	一 3	工商	
			小计				1									
学科教学平台应修读学分					26											

专业教学平台	课程环节	专业必修	44	BUA1100	销售管理	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 1	工商	准出课程	
			45	BUA1149	市场调研	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-16	三 1	工商	准出课程	
			46	BUA1099	消费行为学	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 1	工商	准出课程	
			47	BUA1098	网络营销	2.0	32	0	32	0	0	2.0	1-16	三 1	工商	准出课程	
			48	BUA1107	整合营销传播	2.0	32	26	0	6	0	2.0	1-16	三 2	工商	准出课程	
			49	BUA1136	服务营销	2.0	32	26	0	6	0	2.0	1-16	三 2	工商	准出课程	
			50	BUA1090	国际营销（双语）	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	三 2	工商	准出课程	
			小计					15									
		专业选修	51	LAW1003	经济法	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	二 1	法学		
			52	LAB1002	ERP 模拟演练	2.0	42	0	42	0	0	21.0	1-16	二 2	中心		
			53	LAB1004	ERP 软件应用	2.0	48	16	32	0	0	1.0-2.0	1-16	二 2	中心		
			54	BUA1058	物流学	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-16	三 1	工商		
			55	HUC1053	广告策划与创意	3.0	48	36	0	12	0	3.0	1-16	三 1	人文		
			56	BUA1093	品牌管理	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-16	三 1	工商		
			57	BUA1038	人力资源管理	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	三 1	工商		
			58	BUA1026	战略管理	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 1	工商		
			59	BUA1131	新媒体营销	2.0	32	0	32	0	0	2.0	1-16	三 2	工商		
			60	BUA1103	营销策划	2.0	32	18	0	14	0	2.0	1-16	三 2	工商		
			61	BUA1052	供应链管理	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-16	三 2	工商		
			62	ECO1066	国际贸易理论与实务	3.0	48	48	0	0	0	3.0	1-16	三 2	经济		
			63	BUA1023	运营管理	3.0	48	33	15	0	0	3.0-3.0	1-16	三 2	工商		
			64	BUA1104	营销管理前沿	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-8	四 1	工商		
			65	BUA1022	研究方法与伦文写作	1.0	16	16	0	0	0	2.0	1-8	四 1	工商		
			小计					34									
	实践环节	专业必修	66	BUA1141	毕业论文	4.0								四	工商		
			67	BUA1140	毕业实习	4.0								四	工商		
			小计					8									
		短学期	68	BUA1145	短学期课程等	2.0		0	0		0		19-20	二 3	工商		
			69	BUA1147	短学期课程等	2.0		0	0		0		19-20	三 3	工商		
	小计					4											
	专业教学平台应修读学分数					43											
个性化教学平台	课程环节	个性化选修	学术拔尖类	70	BUA1108	管理思想史	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 2	工商	
				71	BUA1133	社会营销专题	1.0	16	16	0	0	0	1.0	1-8	三 1	工商	
				72	BUA1130	绿色营销专题	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 1	工商	
				73	BUA2001	企业管理专题	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 2	工商	本硕贯通课
				74	DAT1261	高等经济数学	2.5	48	32	0	16	0	2.0	1-16	三 2	数科	
				75	DAT1009	大数据探索性分析	2.0	48	16	32	0	0	1.0-2.0	1-8	四 1	数科	
				76	BUA2002	管理研究方法论	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-8	四 1	工商	本硕贯通课
				小计					13.5								

实践环节	就业创业类	77	BUA1127	大学生职业生涯规划	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	一 2	工商	
		78	BUA1113	幸福学	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 1	工商	
		79	BUA1118	领导力开发	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	二 2	工商	
		80	BUA1086	商务谈判	2.0	32	26	0	6	0	2.0	1-16	三 1	工商	
		81	BUA1089	公共关系学	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 1	工商	
		82	BUA1152	房地产营销	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-16	三 1	工商	
		83	FIN1083	金融营销	2.0	32	32	0	0	0	2.0	1-16	三 1	金融	
		84	BUA1135	企业间营销理论与实务	2.0	32	26	0	6	0	2.0	1-16	三 2	工商	
		85	BUA1091	连锁经营与管理	2.0	32	24	0	8	0	2.0	1-16	三 2	工商	
		86	INF1177	客户关系管理	2.0	48	16	32	0	0	1.0-2.0	1-8	四 1	信工	
		小计				20									
	任意选修	87	AAO1001	任意选修课	6.0										
		小计				6									
	第二课堂	88	BUA1142	社会实践、社团、讲座、公益活动等	3.0									工商	
					小计				3						
		89	BUA1143	创新创业实践活动	3.0								工商		
					小计				3						
个性化教学平台应修读学分数					22										
毕业总学分数					160										

注：外专业学生修读完表内准出课程，完成毕业实习和毕业论文后可以申请辅修准出；外专业学生修读完成培养方案所有环节后可以申请专业准出。

附件三：浙江财经大学市场营销专业主要课程关系图（2018 级）

