

# 兰州大学管理学院

## 市场营销专业人才培养方案

### 一、专业简介

市场营销专业(专业代码120202)是管理学学科工商管理类一级学科所属专业。市场营销是商品或服务从生产者手中移交到消费者手中的一种过程,是企业或其他组织以满足消费者需要为中心进行的一系列活动,是系统地研究市场营销活动规律性的一门管理科学。市场营销专业的学生毕业后适合从事市场营销工作,也可继续攻读本专业及相关专业的硕士研究生。

兰州大学管理学院的市场营销本科专业开设于1997年,市场营销方向的硕士生攻读企业管理硕士学位,博士生攻读工商管理博士学位。兰州大学管理学院的企业管专业(下设市场营销方向)在2002年被评为甘肃省重点学科,在2005年获得硕士学位一级学科授权,在2019年被授予工商管理一级学科博士点(下设营销管理方向)。2019年,兰州大学市场营销专业获批省级一流本科专业建设点。2021年,兰州大学市场营销专业获批国家级一流本科专业建设点。市场营销专业建立起了一支具有多学科背景、学缘和年龄结构相对合理的师资队伍。目前,拥有专职教师12名,其中教授2人,副教授5人,讲师5人。专职教师中,甘肃省宣传文化系统经营管理界“四个一批”人才1人、国家新闻出版行业领军人才1人、甘肃省“优秀青年文化人才”1人。销售管理课程已经入选2020年甘肃省一流线下本科课程。

经过持续的建设，兰州大学市场营销专业形成了鲜明的专业特色：（1）立足管理学学科门类的专业定位与内涵建设。发挥综合性管理学院的学科背景优势，在夯实学生管理学门类基础知识的同时，掌握大数据时代市场营销的核心知识，培养宽口径、厚基础、强方法、重应用的市场营销人才。（2）富有竞争力的市场营销课程体系。在向学生提供市场营销专业基础课程的同时，注重市场营销前沿理论知识的介绍和实践技能的培养。（3）强调研究实训和创新能力培养。利用“成功计划”和“市场营销和消费者行为前沿系列讲座”科研创新培育模块培养学生的科研意识和科研能力，引导学生全面参与教师的科研项目。本专业教师近年来承担多项国家自然科学基金、国家社科基金项目，注重引导学生关注数字时代市场营销实践的变革、消费者心理和行为的变迁、品牌管理和销售管理实践的变化等重要领域，提升学生的科研能力、实践能力和问题解决能力。

## **二、培养目标**

兰州大学管理学院市场营销专业的人才培养目标确定为：本专业的学生通过学习管理学、市场营销方面的基本理论和基本知识，受到市场营销方法与技巧方面的基本训练，成为国家特别是西部地区的管理精英、管理学术精英和高级管理技术人才。

## **三、毕业要求**

为了达到本专业的人才培养目标，体现兰州大学和管理学院人才培养定位，学生在本科阶段学习结束时，应具

有如下的知识、技能和素质。

#### 目标 1: 价值塑造要求

市场营销专业学生的素质结构包括人文与科学素养、专业素养和身心素养三个方面。

(1) 人文与科学素养。市场营销专业的人才应具备良好的思想政治素质，较强的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会主义核心价值观的观念和爱国主义的崇高情感，注重人文精神、法制观念、公民意识和科学态度。

(2) 专业素养。学生需要具备信息技术与管理等专门知识和技能，具有创新意识以及分析和解决相关问题的基本能力，坚持职业操守和道德规范，具有事业心、责任感和严谨的工作态度，以及遵纪守法、诚实守信和勇于奉献的精神。

(3) 身心素养。学生需要具有健康的体魄、健康的心理和自我调控能力，正确认识自然现象和自然规律，正确处理人与自然和谐发展的关系和社会人际关系。

#### 目标 2: 知识要求

市场营销专业学生的知识要求包括管理学科基础知识和专业知识，以及其他相关知识三个方面。

(1) 学科基础知识。市场营销专业培养的学生首先要牢固掌握管理学、经济学、数学、统计学、信息科学的基本理论，以及必要的管理类专业知识，建立一个良好的、基础扎实的知识背景。

(2) 专业知识。在具备学科基础知识后，学生还需要系统掌握包括管理类相关专业的基本理论，熟悉相关专门知识，了解管理类相关专业的理论前沿和发展动态，熟悉国内外与管理类相关专业有关的法规制度。

(3) 其他相关知识。学生还需要具备文学、社会学、心理学、历史学、伦理学、哲学和艺术等方面的人文知识。

### 目标 3: 技能要求

市场营销专业学生的能力结构包括专业能力和综合能力两个方面。

(1) 专业能力。熟练掌握管理类相关专业的基本理论、基本知识，能够准确刻画管理问题，掌握管理类相关专业的专业能力；了解本专业相关领域的发展动态，掌握文献检索、资料查询、收集的基本方法；具有运用管理类相关专业外语的基本能力，具备独立自主的获取和更新管理类相关专业知识的学习能力；具备利用科学研究方法对管理类相关专业领域的前沿问题展开科学研究。

(2) 综合能力。具有较强的逻辑思维能力、表达能力、沟通能力；具有良好的组织协调能力、人际关系和团队精神，并培养卓越的领导力和社会责任感；富有创新精神和实践能力，以及自主学习、终身学习和持续创新的能力，在管理类相关专业理论与实践方面初步具备创新创业能力。

#### 四、专业的学制、学分及授予学位

(一) 学制

四年

(二) 学分

145 学分

(三) 授予学位

管理学学士学位

## 五、课程体系

表一：课程体系结构与学时学分分配总表

课程类型		课程说明	学分	占总学分比例	学时	
公共必修课程	公共必修课	思想政治类	包括：思想道德与法治、中国近现代史纲要、马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策。	17	48学分， 占比33.1%	306
		思想政治类 (选择性必修课)	包括：中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，至少选1门课程。	2		36
		外语类	大学外语(具体课程以分级教学实施方案为准)。	12		216
		军体类	包括：体育课程和军事理论与军事技能课程。	8		292
		美育类	纳入通识教育类课程艺术体验与审美鉴赏模块，按照《兰州大学关于进一步加强和改进美育教育的实施办法》(校党委发〔2020〕103号)要求执行。	/		/
		劳育类	纳入第二课堂，按照《兰州大学关于进一步加强和改进劳动教育的实施办法》(校党委发〔2020〕104号)要求执行。	/		/
		心理健康类	大学生心理健康。	2		36
		职业生涯规划	依据专业特点、各年级学生实际情况和具体需求，贯穿培养全过程，致力于提升学生全面发展和终身发展能力，提升学生学业和职业规划能力。	2		36
		第二课堂	学生在校期间须获得至少5个“第二课堂”学分方可毕业。其中社会实践(思想政治类课程实践教学)、生产劳动(劳育)、思想成长为必修部分；创新创业、志愿公益、文体活动、工作经历、技能特长由学生根据需求进行选修。	5		/
	公共必修环节	阅读、写作与沟通	覆盖培养全过程，采取课外阅读的方式完成，在第一学期由学院确定应完成阅读的课外书籍、文献的范围和数量，2-6学期由学院检查学生课外阅读的完成情况，并给予记录，第7-8学期进行考核与成绩评定。	0	/	
		前沿与学科交叉讲座	内容包括学科前沿、行业发展方向和学科交叉发展等，与雏鹰大讲堂、学术报告、实践报告等结合，要求学生在1-7学期至少参加10次专业前沿讲座，考核合格后方可认定学分。	0	/	
		国家安全教育 (线上课程)	由学校引进相关线上课程资源，学生根据要求进行修读。	0	/	
		暑期学校	学生在校期间应至少参加1次暑期学校。	0	/	
通识教育	通识教育课程	包括四个模块：(1)中华文化与世界文明；(2)科学精神与生命关怀；(3)艺术体验与审美鉴赏；(4)思维训练与科研方法，每个模块修读不少于2学分，总计至少修读8学分(其中修读学校引进网络共享课学分总计不得超过3学分)。艺术体验与审美鉴赏模块属于美育类课程，非艺术类专业学生必修。	8	14学分， 占比9.6%	144	

类、跨学科类课程	跨学科类课程	包括全校跨学科贯通课程和专业类在地国际化课程，学生需至少修读6学分此类课程。学生如修读非其所在专业开设的专业课程并取得学分，该学分可认定为跨学科类课程。		6		108
学科专业课程	专业必修课	专业基础课	分为：数学模块(高等数学、线性代数、概率论与数理统计)；(微观经济学、宏观经济学)；管理学模块(管理学原理、公共管理学、会计学原理、组织行为学)；数据科学模块(数据科学、Python语言基础、管理研究方法)。	38	62学分， 占比42.8%	684
		专业核心课	分为：专业知识、专业能力和专业素质的课程。具体包括：市场营销、战略管理、财务管理、运营管理、人力资源管理、消费者行为、市场研究、客户关系管理、销售管理、品牌管理。	20		396
		集中实践环节	企业沙盘模拟、元宇宙中的数字化营销技能实践、营销实战技能与学科竞赛(3门课程任选一门在3-7学期修完即可获得1学分)。	1		36
			成功计划(在1-8学期选择学期完成，主持1项，或参与2项即可获得1学分)。	1		36
			专业综合实践(5-8学期任意一学期修完学分即可)。	1		36
	专业发展课	专业选修课	专业进阶类课程主要包括以下课程：营销管理思想史、数字化整合营销传播、服务营销、渠道管理与建设、新媒体营销、全球营销与跨文化营销(双语)、产品规划与设计、市场营销前沿学术讲座(双语)、市场营销专业外语与论文写作(英语)。	15	说明：需要在进阶类、交叉类、应用类三类课程中至少修够15学分，并在所列实践课程中至少修够6个学分。荣誉学士学位和本研贯通的修读要求详见具体说明。	216
			专业交叉类课程主要包括以下课程：运筹学、博弈论、计量经济学、新行为经济学、社会心理学、商法、物流管理、绿色营销、批判性思维。			162
			专业应用类课程共主要包括以下课程：营销策划与商业模式创新、营销沟通与商务谈判、营销大数据分析可视化、营销管理案例开发与训练、行业与产业营销专题。			90
		毕业设计(论文)	6	216		
	荣誉学士学位类课程		见荣誉学士学位具体要求	10	/	180

### 说明：

1) 荣誉学士学位课程学时学分：为培养社会需要的卓越人才和拔尖人才，学院设置荣誉学士学位，探索为学有余力学生开设内容深入、难度拔高的荣誉课程，学生在本科就读期间可修读荣誉课程。修读专业方向课进阶模块中不少 10 学分的课程，且大学四年期间无补考或考试不及格，无违纪记录者可获荣誉学士学位。

2) 本硕贯通专业课程学时学分：本硕贯通同学需修读专业方向课进阶模块中不少于 10 学分的课程。

附表：实践类课程结构与学时学分分配表

课程类型	课程说明	学分	学时	所占比例
军事技能	公共必修课环节	2	112	共计35学分，占比24.1%
第二课堂	第二课堂相关课程	5	/	
集中实践环节	1) 企业沙盘模拟、元宇宙中的数字化营销技能实践、营销实战技能与学科竞赛，3门课程任选一门在3-7学期修完即可获得1学分； 2) 毕业实习：1学分，在7-8学期完成； 3) 专业综合实习：1学分，在第5-8学期完成； 4) 成功计划：在八学期四学年内选择时期完成，主持1项，或参与2项即可获得1学分。	4	144	
专业基础课	Python语言基础、数据科学（实验）	6	216	
专业核心课	销售管理、品牌管理、市场研究	6	108	
专业发展课	以下课程中至少修够6学分。 （1）进阶课：渠道建设与管理、新媒体营销、产品规划与设计，数字化整合营销传播； （2）交叉课：运筹学、博弈论、绿色营销； （3）应用课：营销策划与商业模式创新、营销沟通与商务谈判、营销大数据分析可视化、营销管理案例开发与训练、行业与产业营销专题。	6	324	
毕业论文	毕业论文环节	6	216	

## 六、学时学分分配

表二：公共课学时学分分配表

课程类型	课程号	课程名称	课程英文名	周学时	学分	开课学期
思想政治类	1309194	思想道德与法治	Value Morality and Rule of Law	3	3	1
	1309061	中国近现代史纲要	Outline of Chinese Modern and Contemporary History	3	3	2
	1309195	马克思主义基本原理	Basic Principles of Marxism	3	3	3
	1309192	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Introduction to Mao Zedong Thoughts and Theoretical System of Chinese Socialism	3	3	4
	1309193	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	The Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	3	5
	1309064 1309065 1309066 1309067 1039198	形势与政策	Current Situations and Policies	/	2	1、2、3、4、5
思想政治类 (选择性必修课)	1309110	中共党史	The history of the Communist Party of China	3	2	春秋均开设
	1309111	中华人民共和国史	The History of the People's Republic of China			
	1309112	改革开放史	The History of reform and opening up			
	1309113	社会主义发展史	The history of socialism			
外语类		大学外语	College Foreign Languages	3	12	1、2、3、4
军体类	5051001 5051002 5051003 5051004	体育(1/4) 体育(2/4) 体育(3/4) 体育(4/4)	Physical Education(1/4)、Physical Education(2/4)、Physical Education(3/4)、Physical Education(4/4)	2	4	1、2、3、4

	5605001 5605002	军事理论 军事技能	Military Theory Military Skills	/	4	1、2
心理健康类	1087203	大学生心理健康	Mental Health of College Students	/	2	1、2
职业生涯规划	1306200 1306201 1306202	职业生涯规划（1） 职业生涯规划（2） 职业生涯规划（3）	Career Development and Planning (1) Career Development and Planning (2) Career Development and Planning (3)	2	2	1、4 、6
阅读、写作与沟通	/	阅读、写作与沟通	Reading, Writing, and Communication	/	0	1-6
前沿与学科交叉讲座	/	前沿与学科交叉讲座	Frontier and interdisciplinary lectures	/	0	1-6
国家安全教育	/	以学校引进的线上课程为准	Subject to the online courses introduced by the school	/	0	/
暑期学校	/	学院统一安排	Unified arrangement of the college	/	0	1-6

表三：第二课堂学时学分分配表

课程类型	课程号	课程名称	课程英文名	学分	周学时	开课学期
第二课堂	1309068	社会实践（思想政治类课程实践教学）	Practice of Ideological and Political Theory	2	2	5
		生产劳动（劳育）		2		4
		思想成长		1		5
		创新创业		1		4
		志愿公益		1		5
		文体活动		1		5
		工作履历		0		5
		技能特长		0		5

注：学生在校期间须获得至少5个“第二课堂”学分方可毕业。其中社会实践(思想政治类课程实践教学)、生产劳动(劳育)、思想成长为必修部分；创新创业、志愿公益、文体活动、工作履历、技能特长由学生根据需求进行选修。

表四：通识教育类、跨学科类课程学时学分分配表

课程类型	课程号	课程名称	课程英文名	周学时	学分	开课学期
通识教育类课程		中华文化与世界文明			8	3
		科学精神与生命关怀				2
		艺术体验与审美鉴赏（美育）				4
		思维训练与科研方法				3
跨学科类课程		跨学科贯通课程			6	4
		专业类在地国际化课程				3
		非学生所在专业开设的专业课程				4

注：包括四个模块：(1) 中华文化与世界文明；(2) 科学精神与生命关怀；(3) 艺术体验与审美鉴赏；(4) 思维训练与科研方法，每个模块修读不少于 2 学分，总计至少修读 8 学分(其中修读学校引进网络共享课学分总计不得超过 3 学分)。艺术体验与审美鉴赏模块属于美育类课程，非艺术类专业学生必修。

表五：学科专业课程学时学分分配表

课程类型	课程模块	课程号	课程名称	课程英文名	周学时	学分	开课学期
专业 必修课	数学模块	1401202B	高等数学	Advanced Mathematics	4	8	1、2
		1401221B	线性代数	Linear Algebra	3	3	2
		1401222	概率论与数理统计	Probability and Statistics	3	3	3
	经济模块	1306006	微观经济学	Microeconomics	3	3	2
		1306007	宏观经济学	Macroeconomics	3	3	3
	管理学模块	1306001	管理学原理	Principles of Management	3	3	1
		1306003	公共管理学	Public Administration	2	2	2
		1306002	组织行为学	Organizational Behavior	3	3	2
		1306004	会计学原理	Principles of Accounting	2	2	2
	数据科学模块	404306001	数据科学（实验）	Data Science	6	3	2
		1306058	Python 语言基础（实验）	Python Language Basics	6	3	2
		1306010	管理研究方法	Research Methods for Management	2	2	3
	管理模块	105306002	营销管理	Marketing	2	2	3
		1306080	战略管理	Strategic Management	2	2	4
		1306125	财务管理	financial Management	2	2	3
		1306051	运营管理	Operation Management	2	2	4
		1306126	人力资源管理	Human Resource Management	2	2	4
	营销模块	1306140	消费者行为	Consumer Behavior	2	2	5
		405306003	市场研究	Market Research	2	2	4
		105306003	客户关系管理	Customer Relation Management	4	2	4
		1306158	品牌管理	Brand Management	4	2	6
		1306142	销售管理	Sales Management	4	2	6
	集中实践环节	2306001	企业沙盘模拟	Marketing sandtable	2	1	6
406306026		元宇宙中的数字化营销技能实践	Practice of Digital Marketing Skills in the Meta- Universe	2	1	1-6	

				406306027	营销实战技能与学科竞赛	Marketing Practical Skills and Discipline Competition	2	1	1-6		
				406306002	成功计划	Success Plan	1	1	1-8		
				406306003	专业综合实习	Comprehensive Professional Practice	2	1	5-8		
				1306157	毕业实习	Graduation Internship	1	1	7-8		
专业发展课	专业选修课	专业进阶类课程	思想模块	106306026	营销管理思想史	History of Marketing Management Thought	2	1	4		
			实践模块	406306026	数字化整合营销传播	Digital Integrated Marketing Communication	4	1	6		
				1306143	服务营销	Services Marketing	4	1	5		
				406306027	新媒体营销	New Media Marketing	4	2	5		
				106306027	全球营销与跨文化营销(双语)	Global Marketing and Cross-Cultural Marketing (bilingual)	2	1	5		
				106306028	产品规划与设计	Product Planning and Design	4	2	6		
			学术模块	106306029	市场营销前沿学术讲座(双语)	Frontier Academic Lectures on Marketing(bilingual)	2	1	6		
				106306030	市场营销专业外语与论文写作(英语)	Foreign Language and Thesis Writing for Marketing(English)	2	1	6		
		专业交叉类课程	经济学模块	1306060	运筹学	Operational Research	4	2	3		
				1306061	博弈论	Game Theory	4	2	3		
				1306008	计量经济学	Econometrics	2	2	4		
				106306031	行为经济学	Behavioral economics	2	1	5		
			法学和心理学模块	1306132	社会心理学	Social Psychology	2	2	4		
				1306090	商法	Commercial Law	2	2	5		
				106306010	批判性思维	Critical Thinking	2	2	3		
			管理模块	106306032	物流管理	Logistics Management	2	1	6		
		106306033		绿色营销	Green Marketing	4	2	6			
		专业应用类课程	实践模块	406306028	营销策划与商业模式创新	Marketing Planning and Business Model Innovation	4	2	5		
				406306029	营销沟通与商务谈判	Marketing Communication and Business Negotiation	2	1	5		
				406306030	营销大数据分析可视化	Marketing Big Data Analysis and Visualization	4	2	5		
				1306137	营销管理案例开发与训练	Marketing Management Case Development and Training	4	1	6		
				406306031	行业与产业营销专题	Special Topic of Industry and Industrial Marketing	4	2	6		
				毕业设计(论文)		1306147	毕业论文	Graduation Thesis	-	6	7-8

## 七、教学计划

表六：教学计划总体安排一览表

课程类型	课程性质	序号	课程编号	课程名称	课程英文名称	学分	周学时	学时总数	课时分配				各学期学时分配								备注		
									理论讲授		习题讨论	实验实践	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年				
									线上	线下			1	2	3	4	5	6	7	8			
公共必修课程	必修		1309194	思想道德与法治	Value Morality and Rule of Law	3	3	54		54			54										
	必修		1309061	中国近现代史纲要	Outline of Chinese Modern and Contemporary History	3	3	54		54				54									
	必修		1309195	马克思主义基本原理	Basic Principles of Marxism	3	3	54		54				54									
	必修		1309062	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Introduction to Mao Zedong Thoughts and Theoretical System of Chinese Socialism	3	3	54		54					54								
	必修		1309063	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	The Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	3	54		54						54							







课程类型	课程性质	序号	课程编号	课程名称	课程英文名称	学分	周学时	学时总数	课时分配				各学期学时分配								备注				
									理论讲授		习题讨论	实验实践	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年						
									线上	线下			1	2	3	4	5	6	7	8					
专业核心课	必修		1306004	会计学原理	Accounting	2	2	36		36				36											
	必修		404306001	数据科学（实验）	Data Science	3	6	108					108			108									
	必修		1306058	Python语言基础（实验）	Python Language Basics	3	6	108					108												
	必修		1306010	公共管理学	Public administration	2	3	36		36				36											
	必修		105306002	管理学研究方法	Management Research Methods	2	2	36		36					36										
	必修		105306002	人力资源管理	Human Resources Management	2	2	36		36						36									
	必修		1306080	战略管理	Strategic management	2	2	36		36						36									
	必修		1306125	财务管理	Financial management	2	2	36		36					36										
	必修		1306051	运营管理	Operation management	2	2	36		36						36									
	必修		1306126	营销管理	Marketing management	2	2	36		36						36									
	必修		1306140	消费者行为	Consumer behavior	2	2	36		36							36								
	必修		405306003	市场研究	Market research	2	2	36		36					36										
	必修		105306003	销售管理	Sales management	2	2	36				36			36										
	必修		1306158	品牌管理	Brand management	2	4	36				36			36										

课程类型	课程性质	序号	课程编号	课程名称	课程英文名称	学分	周学时	学时总数	课时分配				各学期学时分配								备注			
									理论讲授		习题讨论	实验实践	第一年		第二年		第三年		第四学年					
									线上	线下			1	2	3	4	5	6	7	8				
	必修		1306142	市场营销沙盘	Marketing sand table	1	2	36				36												3-7学期任意一学期修完学分即可
	必修		2306001	元宇宙中的数字化营销技能实践	Practice of digital marketing skills in the meta-universe	1	2	36				36												3-7学期任意一学期修完学分即可
	必修		406306026	营销实战技能与学科竞赛	Marketing practical skills and discipline competition	1	2	36				36												3-7学期任意一学期修完学分即可
	必修		406306027	成功计划	Success Plan	1	-	36				36												1-8学期任意一学期修完学分即可
	必修		406306002	专业综合实习	Professional comprehensive internship	1	-	36				36												5-8学期任意一学期修完学分即可
	必修		406306003	毕业实习	Graduation Practice	1	-	36				36												7-8学期任意一学期修完学分即可

课程类型	课程性质	序号	课程编号	课程名称	课程英文名称	学分	周学时	学时总数	课时分配				各学期学时分配								备注	
									理论讲授		习题讨论	实验实践	第一学年		第二学年		第三学年		第四学年			
									线上	线下			1	2	3	4	5	6	7	8		
专业发展课	专业任选课	专业进阶类课程	选修	1306157	营销管理思想史	History of Marketing Management Thought	1	2	18		18							18				
			选修	106306026	数字化整合营销传播	Digital integrated	1	2	36				36						36			
			选修	406306026	服务营销	Services Marketing	1	2	18				18						18			
			选修	1306143	渠道管理与建设	Channel construction and management	2	2	72				72			72						
			选修	406306027	新媒体营销	New media marketing	1	2	36				36						36			
			选修	106306027	全球营销与跨文化营销(双语)	Global marketing and cross-cultural	1	2	18		18								36			
			选修	106306028	产品规划与设计	Product planning and design	1	2	36				36						36			
			选修	106306029	市场营销前沿学术讲座(双语)	Academic Lectures on Marketing Frontiers	1	2	18		18								18			
			选修	106306030	市场营销专业外语与论文写作(英语)	Foreign Language and Thesis Writing for Marketing	1	2	18		18								18			
		专业交叉类课程	选修	1306060	运筹学	Operational Research	2	2	36				36							36		
			选修	1306061	博弈论	Game Theory	2	2	36				36								36	
			选修	1306008	计量经济学	Econometrics	2	2	36		36										36	

课程类型	课程性质	序号	课程编号	课程名称	课程英文名称	学分	周学时	学时总数	课时分配				各学期学时分配								备注	
									理论讲授		习题讨论	实验实践	第一年		第二年		第三年		第四学年			
									线上	线下			1	2	3	4	5	6	7	8		
专业应用类课程	选修		106306031	社会心理学	social psychology	2	2	36		26									36			
	选修		1306132	新行为经济学	New Behavioral Economics	1	2	18		18									18			
	选修		1306090	商法	Commercial law and marketing management	1	2	18		18									18			
	选修		106306010	物流管理	Logistics management	1	2	18		18									18			
	选修		106306032	绿色营销	Green marketing	1	2	36				36							36			
	选修		106306033	批判性思维	Critical Thinking	2	2	36		36				36								
	选修		406306028	营销策划与商业模式创新	Marketing planning and business model innovation	1	2	36				36							36			
	选修		406306029	营销沟通与商务谈判	Marketing communication and business negotiation	1	2	36				36							36			
	选修		406306030	营销大数据分析可视化	Marketing big data analysis and visualization	2	2	72				72							72			
	选修		1306137	营销管理案例开发与训练	Marketing management case development and training	1	2	36				36							36			
	选修		406306031	行业与产业营销专题	Special topic of industry and industrial marketing	1	2	36				36							36			
毕业设计(论文)	必修		1306147	毕业论文	Graduation Thesis	6		216										216				
总计						145																

## 八、课程体系与培养目标的关联度矩阵表

教学环节		价值塑造要求			知识要求			技能要求	
		人文与科学素养	专业素养	身心素养	学科基础知识	专业知识	其他相关知识	专业能力	综合能力
思想政治类	思想道德与法治	H					M		
	中国近现代史纲要	H					M		
	马克思主义基本原理	H					M		
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H					M		
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H					M		
	形势与政策	M					M		
思想政治类 (选择性必修课)	中共党史	H					M		
	中华人民共和国史	H					M		
	改革开放史	H					M		
	社会主义发展史	H					M		
外语类	大学外语	M	H		H	M		H	
军体类	体育(1/4) 体育(2/4) 体育(3/4) 体育(4/4)			H					M
	军事理论 军事技能			H			M		
心理健康类	大学生心理健康			H			H		

职业生涯规划	职业生涯规划			H					M
阅读、写作与沟通	阅读、写作与沟通								H
前沿与学科交叉讲座	前沿与学科交叉讲座				M	H		M	
国家安全教育	以学校引进的线上课程为准	H							
暑期学校	学院统一安排							M	M
第二课堂	社会实践（思想政治类课程实践教学）	H							
	生产劳动（劳育）	H							
	思想成长	H		M					
	创新创业							M	M
	志愿公益			M					
	文体活动			M					
	工作经历							M	M
	技能特长				M	M		M	M
通识教育类课程	中华文化与世界文明			M			L		M
	科学精神与生命关怀			M			M		M
	艺术体验与审美鉴赏（美育）			M			M		M
	思维训练与科研方法			M			L	M	M
跨学科类课程	跨学科贯通课程						M	M	

	专业类在地国际化课程						M		M
	非学生所在专业开设的专业课程						M		M
专业基础课	高等数学		H		H		M	M	
	线性代数		H		M		M	M	
	概率论与数理统计		H		H		L	M	
	微观经济学		H		H		L	M	
	宏观经济学		H		M		M	M	
	管理学原理		H		M		L	L	
	公共管理学		H		H		M	H	H
	会计学原理		H		M	H	M	M	
	组织行为学		H		M		L	M	M
	管理研究方法		H		H			M	
	数据科学		H		H			H	H
	Python 语言基础（实践）		H		H			H	H
专业核心课	财务管理		H		H	H		H	M
	战略管理		H		H	M		H	M
	财务管理		H		H	M		H	H
	运营管理		H		M	H		H	H

	人力资源管理		H		H	M		M	M
	消费者行为		H		M	H		M	M
	市场研究		H		H	H	M	H	H
	客户关系管理	H	H		H	H		M	M
	销售管理	H	H		H	H		M	M
	品牌管理	M	H		H	H	M	M	H
集中实践环节	企业沙盘模拟							M	M
	元宇宙中的数字化营销技能实践							M	M
	营销实战技能与学科竞赛							M	M
	成功计划		H		M	M	M	H	H
	专业综合实践		H		M	M	M	H	H
	毕业实习							H	H
专业进阶类课程	营销管理思想史		H		H	H		H	H
	数字化整合营销传播		H		H	H		H	H
	服务营销		H		H	M		H	M
	渠道建设与管理		H		H	M		H	H
	新媒体营销		H		M	M		M	M
	全球营销与跨文化营销（双语）		M		H	M	M	M	M
	产品规划与设计		H		H	H		H	H
	市场营销前沿学术讲座（双语）		H		H	H		H	H
	市场营销专业外语与论文写作（英语）		H		H	H		H	H

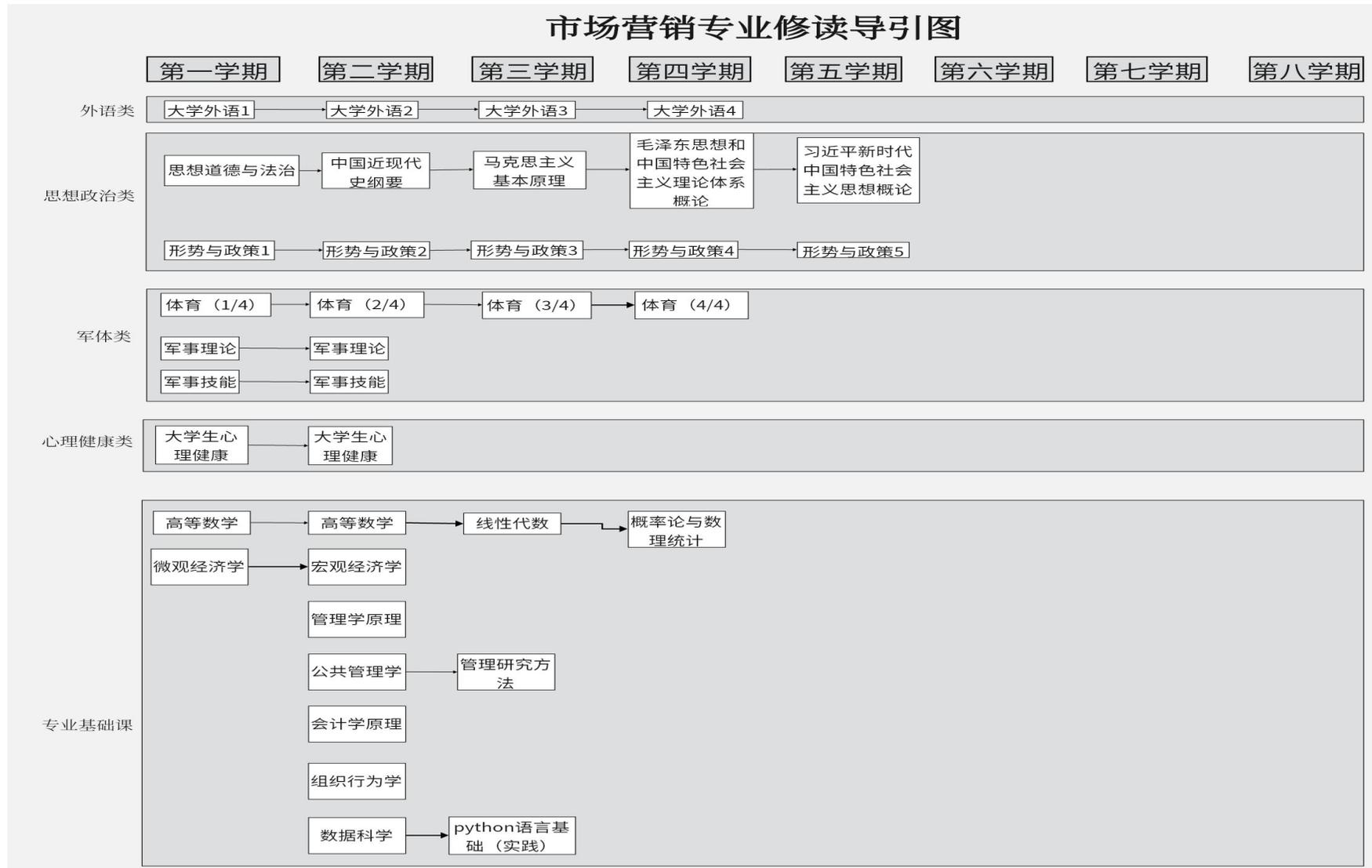
专业交叉类课程	运筹学		H		H	H	M	H	H
	博弈论		H		H	H	M	H	M
	计量经济学		H		H	H		H	H
	社会心理学		H		H	M	M	M	H
	新行为经济学		M		M	M	M	H	M
	商法		M		M	M		M	M
	物流管理		M		M	M	M	H	M
	绿色营销		H		H	H	M	H	M
	批判性思维		H		H	H	M	H	M
专业应用类课程	营销策划与商业模式创新		H		M	H		M	M
	营销沟通与商务谈判		H		M	H		M	M
	营销大数据分析可视化		H		M	H		M	M
	营销管理案例开发与训练		M		H	H		H	M
	行业与产业营销专题		M		M	M		M	H
	物流管理		M		H	H		M	H
	毕业论文		H		H	H	H	H	H

**注：**1. 根据课程对各项培养目标指标点的支撑强度分别用“H（评价）\M（强调）\L（覆盖）”表示课程对该培养目标贡献度的大小。

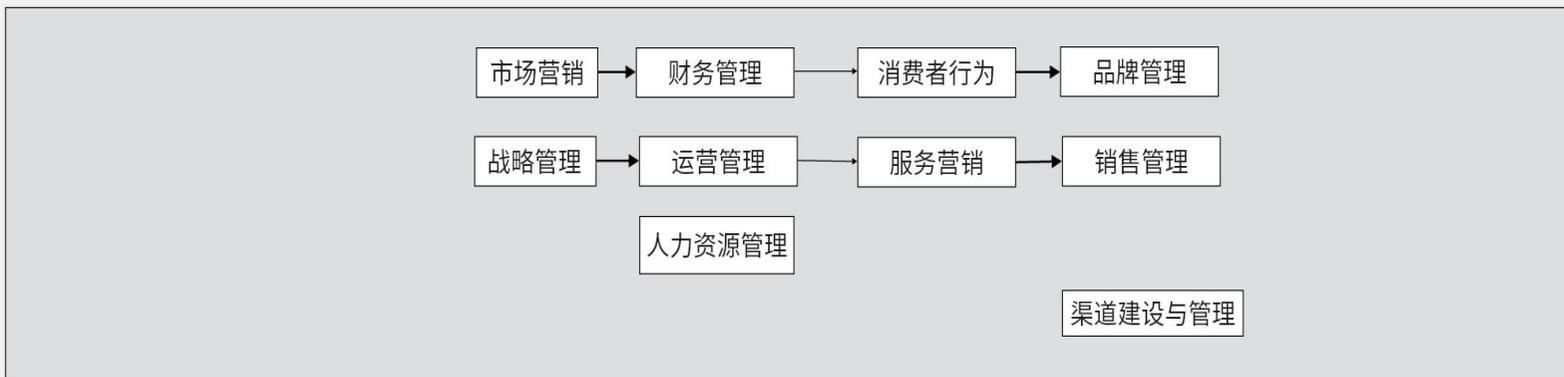
2. 支撑强度的含义是：该门课程覆盖培养目标指标点的多寡，每门课程对各项培养目标的支撑强度应有具体依据，每项培养目标能够完全被相关的课程支撑。

3. 教学环节：课程、实践环节、训练等，矩阵应覆盖所有教学环节。

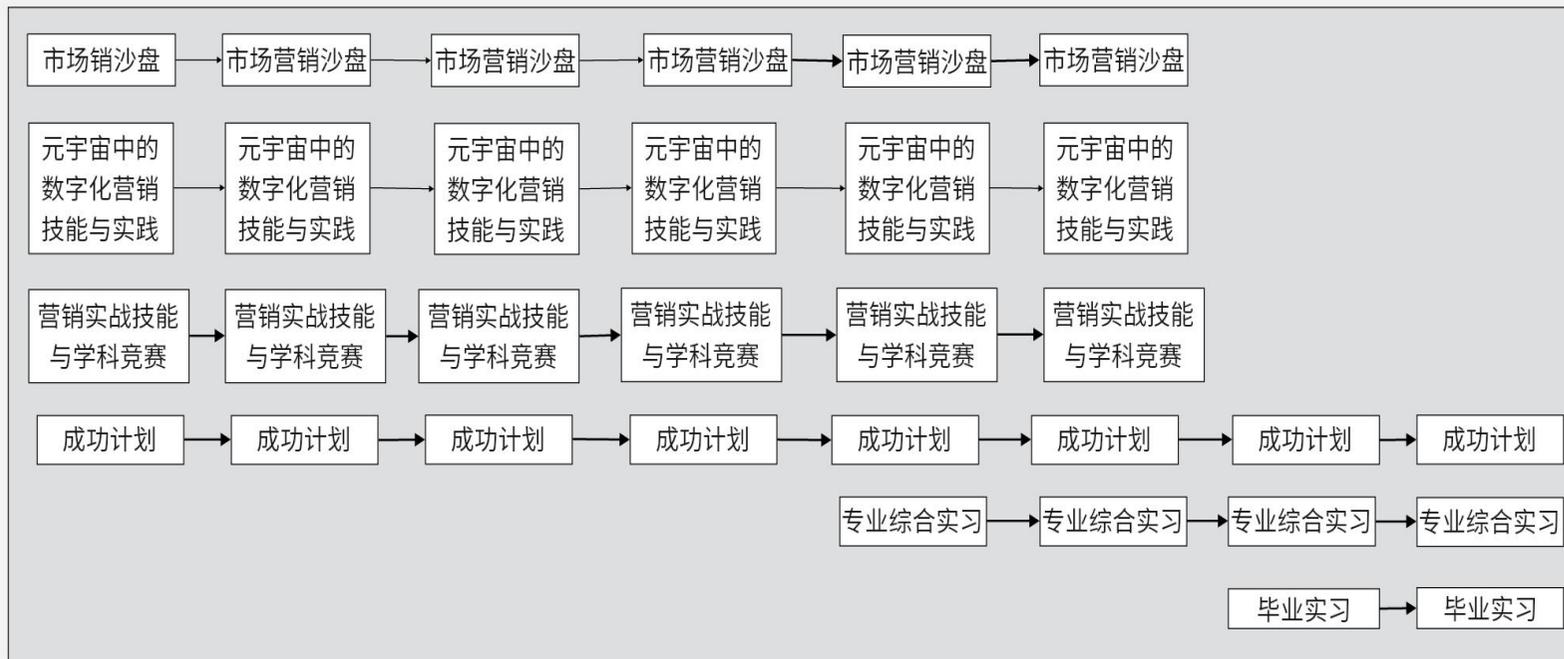
## 九、修读导引图



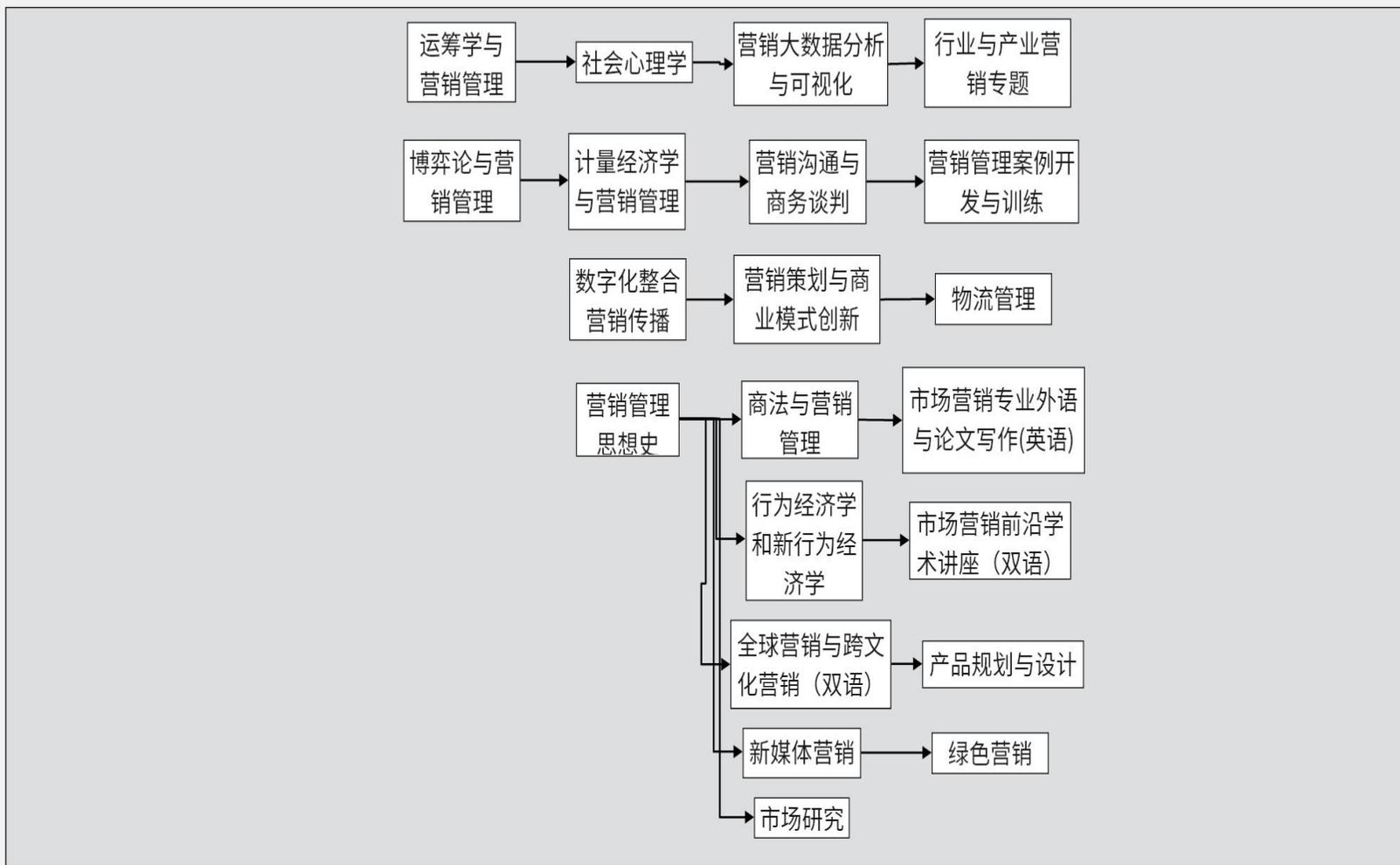
专业核心课



集中实践环节



专业选修课



第一学期

第二学期

第三学期

第四学期

第五学期

第六学期

第七学期

第八学期

制订负责人：柳武妹

审 核 人：何文盛

批 准 人：何文盛