



湖北商贸学院
HUBEI BUSINESS COLLEGE

市场营销本科专业 人才培养方案

二〇二一年六月

市场营销本科专业人才培养方案

专业代码：120202

一、培养目标

本专业培养适应市场经济社会发展需要，德智体美劳全面发展，具有良好的道德修养、社会责任感和健全的心理素质，能系统地掌握管理学、经济学的基本理论和市场营销学专业知识和技能，具备综合运用相关理论知识发现、分析和解决营销实际问题的能力，有较强的创新意识和实际动手能力，胜任各类企业事业单位以及政府部门相关领域的营销岗位，从事市场营销及营销管理工作的高素质应用型人才。

本专业学生毕业五年以后应达到以下预期目标：

1. 具有良好的个人素养、职业道德和社会责任感，具备团队合作精神、沟通能力以及一定的领导能力。
2. 具备基于多学科知识融合的创意、创新和创业能力。
3. 具有能够综合运用所学知识，对相关专业领域的市场及营销管理问题提出可行性建议与解决对策，具有一定的企业经营风险管理能力。
4. 具备设计市场推广方案，高效管理销售人员，有效实施网络销售，维护客户关系，科学开展渠道管理，熟练运用大数据进行营销设计的战略规划能力。
5. 具备较强的行业和市场洞察力、执行力，能够带领团队开展市场调查分析、营销策划、渠道管理、销售管理、广告策划、市场开拓等相关业务模块的项目管理工作能力。
6. 具有终身学习能力与自我提升的意识，具有跨界经营的营销管理视野，具备持续适应不断变化社会环境的能力。

二、毕业要求

依据专业人才培养目标，具体描述为以下 15 种预期毕业要求：

三、学制与修业年限

基本学制 4 年，可实行弹性学制，修业年限 3-6 年。

预期毕业要求总分图

代 码	知识能力 素质	预期毕业要求	LEVEL 1	LEVEL2	LEVEL 3	LEVEL4
A	思想道德	立德成人、立志成才，树立正确世界观、人生观、价值观，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。	提高学生走向社会发展所需要的思想、道德、法律等方面的综合素质,特别是职业素养，培育学生社会主义核心价值观。	认识到近现代中国社会发展和进步的历史进程及其内在规律，深刻领会中国的发展是历史的选择、人民的选择，引导学生关注社会现实。	从整体上把握马克思主义，领会马克思主义有关概念、范畴以及各种原理之间的联系。对马克思主义政治经济学理论有较好理解。	对党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略不断理解，运用马克思主义分析和解决问题的能力不断提升。培养爱党爱国、经世济民情怀。
B	身心素养	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。	强健体魄，培养兴趣爱好。	恰当地进行自我认知和自我评价。	具有控制和稳定情绪的能力、抗挫折能力和压力承受能力。	具有冷静、谦虚的气质和自信、积极、乐观、果断的性格，身心健康，有意志力和人格魅力。
C	文化素养	具有较高的政治觉悟和理论素养、坚定地中国特色社会主义核心价值观，了解政治、历史、哲学、艺术等人文社科的基础知识，具备一定的人文社科修养。	了解哲学、历史、文学、社会学等方面的基础知识。	具备良好的谈吐，举止优雅，文明有礼。	具有一定的审美趣味和文化品位，提高人际交往能力。	具备服务意识，气质高雅、内涵丰富，有较深的文化底蕴，有工作热情 and 责任感，具备一定的人文社科修养。
D	国际视野	具有宽广的国际视野，了解国际交易规则，熟悉国际惯例，能够顺应国际化趋势开展国际营销活动。	培养学生具有全球意识和开放的心态，了解人类文明进程和世界发展动态。	能尊重世界多元文化的多样性和差异性，积极参与跨文化交流。	能收集、整理与市场营销领域相关的国际案例，分析、总结影响该国际市场营销的全球因素。	对比本土营销与国际营销的实例，积极认识到对市场营销有影响的全球环境因素变化或趋势。
E	通识知识	发展适合学生个人兴趣和发展职业需要的自然科学和人文社会科学知识，完善学生的知识与智能结构及增强学生社会适应力。	掌握自然科学和人文社会科学等领域的基础理论和知识，激发学生多方面学习兴趣。	掌握自然科学和人文社会科学领域的知识技能，认识其与专业领域之间的关联。	能运用自然科学和人文社会科学等领域的知识和技术能对与专业领域相关的问题进行判断、分析。	发展适合学生个人兴趣和发展职业需要的自然科学和人文社会科学知识，为专业领域学习打好基础。
F	专业知识	善于学习和吸收他人知识，并构建自己的知识体系；熟练掌握数学、经济学等基础学科和管理学等工商管理类的理论知识与方法，掌握市场营销的系统理论及发展动态。	掌握市场营销专业的文化基础知识和专业基础知识。	掌握经济、管理、市场营销、财务的基础知识，能将其运用于营销活动中复杂管理问题的分析与改进。	熟悉经济与管理领域的相关法律法规，能够运用到营销实际案例中进行分析。	掌握市场营销、市场调查、消费行为学、经济法、会计学等专业基础知识，具备一定分析与解决相关领域营销管理问题的能力。
G	信息知识	掌握信息技术原理及各种现代信息应用软件技能，能进行信息的存储、获取、筛选、评价、组织，并能用于与个人兴趣或专业领域有关的实际应用。	了解现代信息技术，掌握现代不同信息工具的原理及方法，并理解其适用性及作用。	掌握不同信息软件应用技能，能进行信息的存储、获取、筛选、评价和组织。	能将信息技能用于与个人兴趣或专业领域有关的实际问题。	掌握信息技术原理及各种现代信息应用软件技能，能进行信息的存储、获取、筛选、评价、组织，并能用于与个人兴趣或专业领域有关的实际应用。

代码	知识能力素质	预期毕业要求	LEVEL 1	LEVEL2	LEVEL 3	LEVEL4
H	数据处理	能应用数学、经济学的基本原理和基本知识，运用定性或定量分析方法，对营销数据及实际问题进行甄别、整理、加工、分析。	掌握数据分析的基本知识、基本理论和方法。	掌握定性、定量分析方法，能运用数据分析的基础知识，对营销实际数据进行有效的描述。	能运用定性、定量分析的方法，通过数据分析模型，对市场现象及实际数据进行有效的整理、加工、分析。	利用数据分析，了解客户的交易行为，打造客户交易模型；进行产品优化；找出产品和市场之间的关联性，为调整营销策略提供依据。
I	职业规范	具有社会责任感和敬业精神，能够在市场营销、销售管理、市场调查等实践中，理解并遵守职业道德和规范，履行责任。	了解中国国情，具有良好的人文社会科学素养和正确的价值观。	具有良好的道德品质和文明习惯，遵守宪法、法律和法规。	具有良好的职业操守和职业道德，具备社会责任感和人文关怀意识。	具有全面的科学素养，能够在营销管理实践中理解并遵守企业管理制度和技术操作流程，承担岗位职责。
J	沟通协作	理解并掌握相关管理与决策方法，能够就本学科专业问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流；在团队中能展示领导、管理能力，能与他人有效合作，并取得积极成果。	能与特定任务和受众进行清晰的沟通，准确表达可理解的信息。	能针对不同受众与不同任务进行清晰的沟通，进行清晰地陈述、发言或回应。	与他人合作，完成指定的目标和个人目标。	能进行不同形式的陈述、发言、回应和撰写报告。在团队中能展示领导、管理能力，能与他人有效合作，并取得积极成果。
K	语言表达	能够撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。并具备一定的国际视野，能够在跨文化背景下进行沟通和交流。	能够以口头、书面、图表等方式高质量、简洁地表达自己的想法并做出清晰回应。	掌握一门外语，具有一定的听说读写能力。	能够在国际市场营销活动中运用外语进行良好的表达与沟通。	具备跨文化交流的语言能力和书面表达能力，能够就专业问题在跨文化背景下进行沟通和交流。
L	创新能力	具有较强的组织沟通能力与探索性、批判性思维能力，不断尝试理论或实践创新；能够基于市场营销理论与方法对市场发展进行研究，并通过信息综合得到合理有效的结论。	培养和强化学生的自主意识和独立人格，形成或产生新的思想、观念或创意。	利用新思想、观念或创意创造出新的产品、流程或组织等各种新事物。	应用新的技术手段，创新营销方式，实现新事物价值。	培养运用一切已知信息，包括已有的知识和经验等，产生某种独特、新颖、有社会或个人价值的产品的能力。
M	终身学习	具有终身学习的意识，能基于科学方法不断学习，在学习和实践任务中独立自主完成，不断适应社会发展和实现个体发展的需要。	具有开放和好奇的心态，能主动学习市场营销的新知识、新方法，追踪前沿技术。	利用资源来帮助学习，在一定指导和支持下开展学习和自我发展，逐步形成主动学习的习惯。	能将行业出现的营销新知识和新技术应用于市场营销活动实践。	能够制定目标，并进行自我评价，发现短板，具备持续搜集、学习和掌握市场营销领域发展所需知识和技术的能力。
N	实操技能	能选择不同的专业技能，在复杂的、不可预测的、现实世界的情况下进行实际经营管理操作，并能参照实际专业标准进行效果审查。	掌握市场营销的基本策略及流程。	在可预测的常规环境下执行营销专业技能实际操作。	在复杂、不可预测的情况下，能选择和应用适当的专业技能进行实际操作，并能审查个人在实际任务中的效率。	在复杂的、不可预测的、现实世界的环境下，选择综合的实践技能进行实际操作，并参照相关专业标准进行个人效能的评估。
O	调查研究	掌握不同调查研究方法，综合运用营销专业知识对特定行业领域进行定量分析、建模、预测，并能得出有效结论。	对调查研究有一般认识，能认识调查研究在社会生产实践中的重要性。	掌握调查研究的科学原理及方法，能比较不同调查研究方法的差异性和适用范围。	能合理运用不同调查研究的方法开展专业领域的相关分析研究。	能运用不同调查研究方法，综合运用专业知识对专业领域进行定量分析预测，并能得出有效结论。

四、主干学科

工商管理

五、专业基础课程

管理学、会计学原理、经济学、统计学、经济法基础、市场营销学、管理信息系统、现代礼仪。

六、专业核心课程

电子商务概论、市场调查与预测、网络营销、消费者行为学、客户关系管理、企业战略管理、国际市场营销。

七、主要实践性教学环节

统计学实验、商务招投标实训、市场营销策划实训、推销与谈判实训、市场调查与预测实训、企业沙盘模拟实训、营销实习、经管跨专业综合实训、毕业实习、毕业论文。

八、毕业要求与授予学位条件

1. 学生修完培养方案规定的课程学分，且达到毕业总学分要求，准予毕业。

理论教学	实践教学	课程总学分	第二课堂	毕业总学分
121	31	152	9	161

2. 学生政治思想表现良好，在校期间没有受过记过及以上处分，符合毕业要求且学分绩点大于等于 2.0，可授予管理学学士学位。

九、市场营销专业课程平台学分统计表

平台名称	模块名称	学分	占课程总学分	一	二	三	四	五	六	七	八
思想政治教育平台	思想政治模块	16	10.5%	3	4	3	4	1	1	0	0
通识教育平台	通识必修模块	44	28.9%	14	11	13	4	2	0	0	0
	通识选修模块	12	7.9%	2	1	0	5	0	2	2	0
专业教育平台	专业基础模块	22	14.5%	0	9	6	3	4	0	0	0
	专业核心模块	14	9.2%	0	0	2	4	4	4	0	0
特色方向平台	特色方向模块	20	13.2%	0	0	0	0	6	8	6	0
实践教育平台	实践模块	24	15.8%	3	0	1	3	3	5	5	4
课程总学分		152	100%	22	25	25	23	20	20	13	4

备注：实践教学（含实践模块、课内实验）31 学分，占课程总学分 20.7%。

十一、市场营销专业课程对应毕业预期要求矩阵（按 level-1 至 level-4 分别制定）

表 1-1 市场营销专业预期毕业要求具体描述一览表（level-1）

A	思想道德	提高学生走向社会发展所需要的思想、道德、法律等方面的综合素质,特别是职业素养,培育学生社会主义核心价值观。
B	身心素养	强健体魄,培养兴趣爱好。
C	文化素养	掌握哲学、历史、文学、社会学等方面的知识,提升文化修养。
D	国际视野	培养学生具有国际视野和开放的心态,了解世界发展动态。
E	通识知识	掌握自然科学和人文科学等领域的基础理论和知识,激发学生多方面学习兴趣。
F	专业知识	掌握市场营销专业的文化基础知识和专业基础知识。
G	信息知识	了解现代信息技术,掌握现代不同信息工具的原理及方法,并理解其适用性及作用。
H	数据处理	掌握文献检索、资料查询的基本方法,具有初步的数据收集能力。
I	职业规范	了解中国国情,具有良好的人文社会科学素养和正确的价值观。
J	沟通协作	能与特定任务和受众进行清晰的沟通,准确表达可理解的信息。
K	语言表达	能够以口头、书面、图表等方式高质量、简洁地表达自己的想法并做出清晰回应。
L	创新能力	培养和强化学生的自主意识和独立人格,形成或产生新的思想、观念或创意。
M	终身学习	具有开放和好奇的心态,能主动学习市场营销的新知识、新方法,追踪前沿技术。
N	实操技能	掌握营销管理的基本理论及方法。
O	调查研究	对调查研究有一般认识,能认识调查研究在社会生产实践中的重要性。

表 1-2 市场营销专业课程对应毕业预期要求矩阵（level-1）

课程名称	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
思想道德修养与法律基础	√				√								√		
中国近现代史纲要	√				√								√		
形势与政策	√				√								√		
微积分-1					√										√
微积分-2					√										√
大学英语读写 1	√			√	√						√				
大学英语读写 2	√			√	√						√				
大学英语视听说 1	√			√	√						√				
大学英语视听说 2	√			√	√						√				

课程名称	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
大学体育-1		√													
大学体育-2		√													
计算机应用基础					√	√	√								
劳动通论	√	√			√									√	
军事理论	√	√			√								√		
大学生心理健康教育	√	√	√		√										
艺术鉴赏		√	√	√	√										
职业生涯规划	√	√							√	√		√			
经济学	√					√		√					√		
管理学	√					√		√					√		
市场营销学	√					√		√						√	
军训	√	√													
入学教育	√	√	√												

表 2-1 市场营销专业预期毕业要求具体描述一览表（level-2）

A	思想道德	认识到近现代中国社会发展和进步的历史进程及其内在规律，深刻领会中国的发展是历史的选择、人民的选择，引导学生关注社会现实。
B	身心素养	恰当地进行自我认知和自我评价。
C	文化素养	具备良好的谈吐，举止优雅，文明有礼。
D	国际视野	能尊重世界多元文化的多样性和差异性，积极参与跨文化交流。
E	通识知识	掌握自然科学和人文社会科学领域的知识技能，认识其与专业领域之间的关联。
F	专业知识	掌握经济、管理、市场营销、财务的基础知识，能将其运用于营销活动中复杂管理问题的分析与改进。
G	信息知识	掌握不同信息软件应用技能，能进行信息的存储、获取、筛选、评价和组织。
H	数据处理	掌握定性、定量分析方法，能运用数据分析的基础知识，对营销实际数据进行有效的描述。
I	职业规范	具有良好的道德品质和文明习惯，遵守宪法、法律和法规。
J	沟通协作	能针对不同受众与不同任务进行清晰的沟通，进行清晰地陈述、发言或回应。
K	语言表达	掌握一门外语，具有一定的听说读写能力。
L	创新能力	利用新思想、观念或创意创造出新的产品、流程或组织等各种新事物。
M	终身学习	利用资源来帮助学习，在一定指导和支持下开展学习和自我发展，逐步形成主动学习的习惯。
N	实操技能	在可预测的常规环境下执行营销专业技能实际操作。
O	调查研究	掌握调查研究的科学原理及方法，能比较不同调查研究方法的差异性和适用范围。

表 2-2 市场营销专业课程对应毕业预期要求矩阵（level-2）

课程名称	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
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	√				√								√		
形势与政策	√				√								√		
概率论与数理统计					√										√
大学英语读写 3				√	√						√				
大学英语读写 4				√	√						√				
大学英语视听说 3				√	√						√				
大学英语视听说 4				√	√						√				
大学体育-3		√													
大学体育-4		√													
数据库原理及应用					√	√	√								
大学语文	√	√	√		√						√				
线性代数					√		√								√
大学生就业指导	√			√					√	√					
经济法基础	√					√								√	
会计学原理	√					√		√					√		
统计学	√					√		√					√		
电子商务概论						√		√					√		
网络营销	√					√		√					√		
客户关系管理	√					√		√					√		
统计学实验						√		√					√	√	
营销实习						√		√					√	√	√

表 3-1 市场营销专业预期毕业要求具体描述一览表（level-3）

A	思想道德	从整体上把握马克思主义，领会马克思主义有关概念、范畴以及各种原理之间的联系。对马克思主义政治经济学理论有较好理解。
B	身心素养	具有控制和稳定情绪的能力、抗挫折能力和压力承受能力。
C	文化素养	具有一定的审美趣味和文化品位，提高人际交往能力。
D	国际视野	关注人类面临的全球性挑战，理解人类命运共同体的内涵与价值。
E	通识知识	能运用自然科学和人文社会科学等领域的知识和技能对与专业领域相关的问题进行判断、分析。
F	专业知识	熟悉经济与管理领域的相关法律法规，能够运用到营销实际案例中进行分析。
G	信息知识	能将信息技能用于与个人兴趣或专业领域有关的实际问题。
H	数据处理	能运用定性、定量分析的方法，通过数据分析模型，对市场现象及实际数据进行有效的整理、加工、分析。

I	职业规范	具有良好的职业操守和职业道德，具备社会责任感和人文关怀意识。
J	沟通协作	与他人合作，完成指定的目标和个人目标。
K	语言表达	能够在国际市场营销活动中运用外语进行良好的表达与沟通。
L	创新能力	应用新的技术手段，创新营销方式，实现新事物价值。
M	终身学习	能将行业出现的营销新知识和新技术应用于市场营销活动实践。
N	实操技能	在更复杂、不可预测的情况下，能选择和应用适当的专业技能进行实际操作，并能审查个人在实际任务中的效率。
O	调查研究	能合理运用不同调查研究的方法开展专业领域的相关分析研究。

表 3-2 市场营销专业课程对应毕业预期要求矩阵（level-3）

课程名称	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
创业基础	√	√						√				√			
国学经典	√	√	√												
现代礼仪	√	√							√	√	√				
管理信息系统						√	√	√							
市场调查与预测				√		√		√		√					√
消费者行为学						√		√							
企业战略管理						√		√							
国际市场营销	√					√		√							
市场营销策划				√		√		√		√	√				
营销渠道管理		√	√	√		√									
新媒体技术应用						√		√							
营销管理前沿	√					√						√	√		
品牌管理						√		√							
广告学	√					√		√						√	
销售管理						√		√		√					
新媒体营销						√		√		√		√			
新媒体用户分析	√			√		√		√			√				
新媒体营销案例分析				√		√		√		√			√		√
商务数据分析与应用						√		√		√	√				
市场营销策划实训	√					√		√					√		
市场调查与预测实训	√					√		√					√		√
企业沙盘模拟实训						√		√						√	
经管跨专业综合实训	√					√	√	√						√	
直播营销	√					√		√			√				
物流与供应链管理	√					√		√							

十二、专业课程对应毕业预期要求总矩阵

学年	课程名称	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	思想道德修养与法律基础	√				√								√		
	中国近现代史纲要	√				√								√		
	形势与政策	√				√								√		
	微积分-1					√										√
	微积分-2					√										√
	大学英语读写 1				√	√						√				
	大学英语读写 2				√	√						√				
	大学英语视听说 1				√	√						√				
	大学英语视听说 2				√	√						√				
	大学体育-1		√													
	大学体育-2		√													
	计算机应用基础					√	√	√								
	劳动通论	√	√			√									√	
	军事理论	√	√			√								√		
	大学生心理健康教育	√	√	√		√										
	艺术鉴赏		√	√	√	√										
	职业生涯规划	√	√							√	√		√			
	经济学	√					√		√					√		
	管理学	√					√		√					√		
	市场营销学	√					√		√						√	
	军训	√	√													
	入学教育	√	√	√												
2	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	√				√								√		
	形势与政策	√				√								√		
	概率论与数理统计					√										√
	大学英语读写 3				√	√						√				
	大学英语读写 4				√	√						√				
	大学英语视听说 3				√	√						√				
	大学英语视听说 4				√	√						√				
	大学体育-3		√													
	大学体育-4		√													
	数据库原理及应用					√	√	√								
	大学语文	√	√	√		√						√				
	线性代数					√		√								√
	大学生就业指导	√			√					√	√					
	经济法基础	√					√								√	
	会计学	√					√		√					√		

[illegible]

十三、专业核心课程一览表

序号	课程名称	课内学时	学分	联系课程	课程描述
1	电子商务概论	32	2	经济学、管理学、市场营销学、网络营销	该课程是本专业的专业核心课程之一，本课程的教学，要求学生能了解电子商务的基本概念框架；理解电子商务的基本理论方法；掌握各类电子商务的主要业务处理流程和操作技能；学会运用所学技能进行各类网上业务的处理操作；能够将电子商务技能融会贯通，灵活应用于工作实践、个人的网络化生活和日常理财。
2	网络营销	32	2	管理学、经济学、市场营销学、消费者行为学、电子商务概论	该课程是本专业的专业核心课程之一，通过本课程的学习，使学生掌握网络营销基本理念、网络营销环境分析、网络营销目标市场、消费者网络调研和企业定位、网络营销产品策略、网络营销价格策略、网络营销包装策略、网络营销渠道策略、独特的网站营销功能、网络营销计划与实施等内容。通过一定的实践实训任务，增强职业技能训练，提高学生的素质、增强学生自身的竞争力、使其适应社会多方面的要求，并为其继续学习打下坚实的基础。
3	市场调查与预测	32	2	管理学、经济学、市场营销学、统计学、消费者行为学	该课程是本专业的专业核心课程之一，通过该课程的学习，掌握最基本的市场调查概念，市场调查的原则、程序与思维，问卷制作，顾客访问管理，统计分析等理论和知识。全面锻炼学生分析营销问题、解决问题的能力。
4	消费者行为学	32	2	管理学、经济学、市场营销学、统计学、客户关系管理	该课程是本专业的专业核心课程之一，主要介绍消费者认知与决策行为及营销策略的理论，目的是让学生掌握消费者行为特点、规律，有针对性地实施营销策略，使学生在获取知识的同时，提高认知能力、研究能力和实战能力。
5	客户关系管理	32	2	管理学、经济学、市场营销学、统计学、消费者行为学	该课程是本专业的专业核心课程之一，通过该课程的学习，掌握客户关系管理的内涵、基本方法、运作模式，理解客户管理关系系统结构、功能技术体系与实施策略，掌握客户管理关系中的智能决策支持技术与作用，并能初步具备利用信息技术与智能技术设计或选择 CRM 系统解决方案的能力。

序号	课程名称	课内学时	学分	联系课程	课程描述
6	企业战略管理	32	2	管理学、经济学、市场营销学、统计学	该课程是本专业的专业核心课程之一，主要是研究现代企业战略管理的观念、理论、方法，介绍有关企业战略理论的前沿创新内容。通过本课程的学习，使学生能够掌握企业战略的分析方法，诸如价值链分析法、SWOT 分析法、波士顿矩阵法等等。使学生能够运用企业战略管理的相关理论及分析方法，针对具体企业的实际情况，进行案例分析，通过对其内外部环境条件的分析，进行企业战略的制定、战略实施与战略控制。以提升学生能够给予具体企业的具体环境进行战略决策的能力。
7	国际市场营销	32	2	管理学、经济学、市场营销学、统计学、消费者行为学	该课程是本专业的专业核心课程之一，主要研究的是以满足世界各国消费者的需要为中心的企业跨国界营销活动及其规律性。通过本课程的学习，使学生对国际市场营销方面的基本知识、基本概念、基本理论有较全面的理解和较深刻的认识，对国际市场营销调研、市场细分、目标市场选择、市场定位、进入战略、竞争战略、营销组合策略等基本概念、理论、体系的掌握，使学生具备一般的从事国际营销管理的能力。

十四、第二课堂活动一览表

性质	类别	学期
必修模块（7 学分）	劳动教育类	第 1-2 学期
	思想成长类	第 1-8 学期
	创新创业类（含学科竞赛）	第 1-8 学期
	社会实践类（含志愿服务）	第 1-8 学期
	阅读欣赏类	第 1-8 学期
选修模块（2 学分）	工作履历类	第 1-8 学期
	技能特长类	第 1-8 学期
	文体活动类	第 1-8 学期

学生参照《湖北商贸学院劳动教育课实施办法》（湖北商贸〔2019〕19 号）、《湖北商贸第二课堂成绩单实施办法》（湖北商贸〔2019〕68 号）等文件修满第二课堂 9 学分，其中必修模块 7 学分、选修模块 2 学分。

十五、市场营销专业双学位及辅修专业教学计划

1、培养目标

本专业依据学校办学定位与人才培养目标，培养适应市场经济社会发展需要，德智体美劳全面发展，具有良好的道德修养、社会责任感和健全的心理素质，能系统地掌握管理学、经济学的基本理论和市场营销学专业知识和技能，具备综合运用理论相关知识发现、分析和解决营销实际问题的能力，有较强的创新意识和实际动手能力，胜任各类企业事业单位以及政府部门相关领域的营销岗位，从事市场营销及营销管理工作的高素质应用型人才。

2、招收对象与入学条件

具有我校正式学籍的全日制在校本科生，学有余力，成绩优良，无纪律处分记录者，可自愿从第二学年秋季学期申请双学位、辅修专业学习。

3、学分要求

双学位学分要求：47 学分；辅修专业学分要求：25 学分。

4、专业主干课程

经济法基础、经济学、管理学、管理信息系统、电子商务概论、网络营销、市场调查与预测、消费者行为学、客户关系管理、企业战略管理等。

5、实践课程

市场调查与预测实训、市场营销策划实训、市场调查与预测实训、毕业论文（设计）。

6、学位授予和辅修证书颁发条件

获得主修专业的学位证书，且修满双学位专业教学计划规定的课程学分，成绩合格，符合《湖北商贸学院学位授予工作实施细则》，经学位评定委员会审核批准后，可授予管理学学士学位。

获得主修专业毕业证书，且修满辅修专业教学计划规定的学分，成绩合格者，可颁发辅修证书。未达到辅修课程学分要求者，可开具单门课程合格证明。

附表 1 市场营销本科专业双学位课程设置一览表

类别	序号	课程名称	学分	开课学期
专业基础课	1	经济法基础	3	3
	2	经济学	4	4
	3	会计学	3	5
	4	管理学	3	4
	5	统计学	3	3
	6	市场营销学	2	2
	7	现代礼仪	2	5
	8	管理信息系统	2	5
专业核心课	1	电子商务概论	2	3
	2	网络营销	2	4
	3	市场调查与预测	2	5
	4	消费者行为学	2	6
	5	客户关系管理	2	4
	6	企业战略管理	2	5
专业特色课	1	市场营销策划	2	6
	2	推销与谈判	2	7
	3	新媒体技术应用	2	5
	4	人力资源管理	2	5
实践课	1	市场调查与预测实训	1	5
	2	企业沙盘模拟实训	2	5
	3	市场营销策划实训	1	6
	4	毕业论文（设计）	4	8
课程合计	22 门	学分合计	50 学分	第 3-8 学期

附表 2 市场营销本科专业辅修课程设置一览表

类别	序号	课程名称	学分	开课学期
专业核心课	1	电子商务概论	2	3
	2	网络营销	2	4
	3	市场调查与预测	2	5
	4	消费者行为学	2	6
	5	客户关系管理	2	4
	6	企业战略管理	2	5
特色方向课	1	市场营销策划	2	6
	2	推销与谈判	2	7
	3	新媒体技术应用	2	5
	4	服务营销	2	7
实践课	1	市场调查与预测实训	1	5
	2	企业沙盘模拟实训	2	5
	3	市场营销策划实训	1	6
	4	推销与谈判实训	1	7
课程合计	14 门	学分合计	25	第 3-8 学期

制定人：赵静

审核人：