

苏州科技大学天平学院

市场营销专业人才培养方案

一、专业（类）介绍

市场营销是指个人或集体通过创造并交易产品或价值，以获得所需之物，实现双赢或多赢的过程。随着我国市场化改革的深化，市场营销观念将进一步渗入到不同行业不同性质的企业和组织。社会对市场营销专业人才的需求将愈加迫切。

我院市场营销专业创办于 2005 年，该专业设置坚持以满足学生成人成才、就业创业为导向，遵循教育教学基本规律，坚持面向社会、服务企业，培养德、智、体全面发展，具有扎实的专业基础知识，良好综合实践能力和较强工作适应性的市场营销及企业管理领域的应用型人才。

二、培养目标

本专业培养适应我国经济和社会发展需要，具有良好的科学文化素养、职业素质、创新精神、国际视野；拥有扎实的经济学、管理学、市场营销学知识；熟练运用计算机技术和一门外语；具备进行市场调查、产品销售、促销推广、营销策划的能力，能够承担市场营销相关的工作；能不断学习、更新知识的市场营销及管理领域的高素质人才。

三、毕业要求

- 1、具有运用高等数学去进行分析计算的能力，掌握扎实的数学知识。
- 2、具有运用计算机进行工作的能力。掌握计算机应用的基础知识和一定的软硬件操作、维护和开发的专业知识。
- 3、具有解决企业管理问题的能力。掌握企业管理、经济学知识，能运用管理方法与技巧去解决企业管理问题。
- 4、具有市场调查的能力。掌握市场调查与预测的基本理论与方法，具有开展市场调查、分析、预测以及解决企业相关市场调查问题的能力
- 5、具有产品销售的能力。掌握销售产品的技巧及方法，具有独立进行产品销售及带领团队进行产品销售的能力。
- 6、具有促销推广的能力。掌握促销推广活动设计的理论和方法，具有促销方案的设计和促销活动执行的能力。

7、具有营销策划的能力。掌握市场营销学的完整理论和知识，能进行产品定位和营销方案的策划。

8、具有团队合作和沟通的能力。掌握一定的社交礼仪、语言与文字表达、人际沟通知识，具备与人沟通、团队合作的能力。

9、具有国际视野和跨文化交流的能力。熟练掌握一门外语，能阅读本专业外文资料，具有国际视野，能进行跨文化的交流。

10、具有终身学习的能力。养成学习的习惯，具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

四、主干学科与核心课程

主干学科：工商管理。

核心课程：管理学、微观经济学、会计学、统计学、管理信息系统、电子商务、市场营销学、市场调查与预测、网络营销、消费者行为学、营销渠道管理、营销战略管理、客户关系管理等。

五、课程体系设置与修读要求

课程体系设置为通识教育课程、学科基础课程、专业教育课程、集中实践课程以及素质拓展五大模块，其中：通识教育课程 38 学分，占 22.9%；学科基础课程 39 学分，占 23.5%；专业教育课程 57 学分，占 34.3%；集中实践课程 22 学分，占 13.3%；素质拓展 10 学分，占 6.0%。

课程设置情况详见表一：《市场营销专业课程设置安排表》。

学时和学分情况详见表二：《市场营销专业各类课程（环节）的学时和学分统计表》。

六、授予学位与学制

本科专业人才培养方案按 4 年标准学制组织安排教学活动，学习年限为 3-6 年，毕业最低学分为 166。学生修完规定课程，完成实践环节和毕业论文训练，达到学位授予要求，可获得管理学学士学位。

七、就业导向

本专业学生毕业后，主要到工商企业，包括外资企业、国有集体企业和民营企业从事营

销管理、营销策划、电子商务、网络营销和信息管理工作。也可在事业单位、社会团体、政府部门、教学及科研单位从事相关管理工作。

八、必要的说明

无

表一 市场营销专业课程设置安排表

课程类别	课程名称	英文课程名称	学分	课内学时	课内学时分配			课外学时	考核方式	建议修读学期	要求说明	
					理论学时	上机学时	实验学时					
通识教育课程	通识教育必修课	中国近现代史纲要	Conspectus of Chinese Modern History	2.5	40	40			试	1		
		思想道德修养和法律基础	Cultivation of Ethics and Fundamentals of Law	2.5	40	40			试	2		
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Outline of Maozedong Thought and the Theoretical System of socialism with Chinese Characteristics	4.5	72	72			试	3		
		马克思主义基本原理概论	Introduction to the Basic Principles of Marxism	2.5	40	40			试	4		
		形势与政策	Situation and Policy	2	64	64			查	1-8		
		大学英语(一)	College English (I)	4	64	64			试	1		
		大学英语(二)	College English (II)	4	64	64			试	2		
		体育(一)	College Physical Education (I)	1	32	32			查	1		
		体育(二)	College Physical Education (II)	1	32	32			查	2		
	小 计	Subtotal	24	448	448							
	通识教育限选课	大学英语(三)	College English (III)	2	32	32			查	3		
		大学英语(四)	College English (IV)	2	32	32			查	4		
		体育(三)	College Physical Education (III)	1	32	32			查	3		
		体育(四)	College Physical Education (IV)	1	32	32			查	4		
		小 计	Subtotal	6	128	128						
	通识教育任选课	创新创业	Innovation and Entrepreneurship	选修 ≥2 学分								至少选修8学分
		艺术鉴赏与审美体验	Artistic Appreciation and Aesthetic Experience	选修 ≥2 学分								
		科技进步与科技精神	Progress and Spirit of Science and Technology	选修 ≥4 学分								
		文化遗产与国际视野	Cultural Heritage and International Perspective									
		哲学智慧与思维训练	Philosophical Wisdom and Thinking Training									
		健康教育	Health Education									
	小 计	Subtotal	8	128								
	合 计	Total	38	704								

学科基础课程	高等数学 C (一)	Advanced Mathematics C (I)	4	64	64				试	1		
	管理学	Management	3	48	48				试	1		
	高等数学 C (二)	Advanced Mathematics C (II)	2	32	32				查	2		
	线性代数 B	Linear Algebra B	2	32	32				查	2		
	微观经济学	Microeconomics	3	48	48				试	2		
	程序设计语言 Python (B)	Programming Language Python (B)	3	56	32	24			试	2		
	概率论与数理统计	Probability and Mathematical Statistics	3	48	48				试	3		
	管理信息系统	Management Information System	3	48	30		18		试	3		
	会计学	Accounting	3	48	48				试	3		
	统计学	Statistics	3	56	32	24			试	4		
	电子商务	Electronic Business	3	56	32		24		试	4		
	小 计	Subtotal	32	536	446	48	42					
	学科基础选修课	经济法	Economic Law	3	48	48				查	3	
		宏观经济学	Macroeconomics	2	32	32				查	3	
财务管理		Financial Management	3	48	48				试	4		
国际贸易		International Trade	2	32	26	6			查	4		
运筹学		Operational Research	3	48	32	16			试	5		
考研数学选讲(一)		Selected Teaching of Master Maths(I)	2	32	32				查	4		
考研数学选讲(二)		Selected Teaching of Master Maths(II)	2	32	32				查	5		
小 计		Subtotal	7	112								
合 计	Total	39	648									
专业教育必修课程	市场营销学	Marketing	3	48	48				试	3		
	市场调查与预测	Marketing Research and Forecast	3	48	42	6			试	4	校企合作	
	人力资源管理	Human Resource Management	2	32	32				查	4		
	广告学	Advertising	3	48	48				查	4	校企合作	
	消费者行为学	Consumer Behavior	3	48	48				试	5		
	营销渠道管理	Marketing Channels Management	2	32	32				试	5		
	网络营销	Network Marketing	3	48	48				查	5		
	国际市场营销	International Marketing	3	48	48				查	6		
	营销战略管理	Marketing Strategic Management	3	48	48				查	6		
	客户关系管理	Customer Relationship Management	3	48	39	9			查	6		
	创业管理	Entrepreneurial Management	2	32	28	4			查	6	校企合作	
新产品开发与管理	New Product Development and Management	2	32	32				查	6			

表二 市场营销专业各类课程（环节）的学时和学分统计表

课 程 模 块	课内学时	必修课程学分	限选课程学分	任选课程学分	合 计		
					学分数	百分比	
通识教育课程	704	24	6	8	38	22.9%	
学科基础课程	648	32	/	7	39	23.5%	
专业教育课程	912	37		20	57	34.3%	
集中实践课程	/	22	/	/	22	13.3%	
素质拓展	/	6	/	4	10	6.0%	
合 计	学时（分）数	2264	121	6	39	166	100%
	百分比	/	72.9%	3.6%	23.5%	/	/