

厦门大学嘉庚学院市场营销专业人才培养方案（120202）

（2024年）

一、培养目标

本专业旨在培养担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有AI驱动创新精神、AI场景实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型高素质人才。作为国际商务学院特色专业的建设点，本专业始终秉承胸怀全球，立足本土的开放教育理念，着力培养学生先进实用的市场分析方法和解决商业问题的技能。使学生今后能在全球导向型组织中胜任市场研究、营销策划、商业分析、营销咨询、品牌管理和互联网营销等营销管理任务，亦能进一步攻读本专业或相关专业的硕士学位。

二、培养规格

1 素质要求

- 1.1 人文素质：具有良好的人文和艺术素养；
- 1.2 新文科社会素质：树立良好的世界观、人生观和价值观，敬业爱岗、热爱劳动、遵纪守法，具有社会责任感 and 法律意识；
- 1.3 科学素质：掌握基本的科学方法，树立科学思想，崇尚科学精神，并具有一定的应用科学处理实际问题、参与公共事务的能力；
- 1.4 职业素质：注重职业道德修养，具有AI驱动的创新意识、AI赋能的创业意识、诚信意识和团队合作精神；关心国家大事，培养国际视野，具备借助AI开展国际合作交流的能力和素养。
- 1.5 身心素质：身体健康，心理健全，具有较强的环境适应能力和良好的人际沟通能力；
- 1.6 批判性思维精神：能够基于所学知识开展评价、改善性思考与实践，具备辩证的发展观。

2 能力要求

- 2.1 具有良好的计算机运用能力；
- 2.2 具有良好的获取知识与自主学习能力；
- 2.3 具有良好的沟通交流与表达能力；
- 2.4 具有较强的新文科创新创业能力，了解本专业和本学科的发展动态，掌握基本的专业资料分析和综合实践能力，较强的创新意识和创新创业能力；
- 2.5 具有良好的团队协作与领导能力；
- 2.6 具有良好的运用AI开展营销策划、销售及商务拓展，进行市场调研及数据分析的能力。能够凭借AI赋能的分析、AI助力的研判，进一步优化策略的制定与执行成效。

3 知识要求

- 3.1 具有市场营销的思维，掌握市场营销专业的系统理论和主要方法，掌握新媒体运营、市场调研和市场策划的统计学应用工具和方法，具备分析和解决营销问题的能力；
- 3.2 了解和掌握有关新文科人文艺术、社会科学或自然科学等相关通识知识和技能；
- 3.3 了解AI工具知识，能够分析和理解一般经济现象，借助AI模型深度洞察经济发展趋势。
- 3.4 理解企业组织的基本体系，掌握企业管理的主要方法；
- 3.5 具有较丰富的专业英语词汇、写作知识，能拓展营销方面的专业外文文献，撰写简要的英文管理类论文。

三、专业核心课程

1. 营销学原理(A)、2. 消费者行为学(A)、3. 企业战略管理(B)、4. 国际市场营销、5. 营销调研、6. 大数据分析营销、7. 商业数据挖掘与分析、8. 数字新媒体营销、9. 创新创业实践与案例分析、10. 互联网+创业营销、11. 品牌营销、12. 国际管理、13. 营销心理学、14. 体验营销、15. 整合营销沟通、16. 管理学原理(A)、17. 会计学原理(A)、17. 财务管理(B)

四、学制及学习年限：学制四年，学习年限三至六年。

五、毕业学分要求：不低于155学分。

六、授予学位：管理学学士。

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期(周学时)								
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下	
技能教育模块	技能必修课	20	10	10	448+3周	162	286+3周	5	5	6	4					
	计算机基础	1	1		32	18	14		1+1							
	大学英语 I	3	2	1	64	32	32	2+2								
	大学英语 II	3	2	1	64	32	32		2+2							
	大学英语 III	3	2	1	64	32	32			2+2						
	大学英语拓展课程	3	2	1	64	32	32				2+2					
	军事训练	1		1	3周		3周	3周								
	体育 I	1		1	32		32	2								
	体育 II	1		1	32		32		2							
	体育 III	1		1	32		32			2						
	体育 IV	1		1	32		32				2					
	创新与创业基础	2	1	1	32	16	16			1+1						
	技能选修课	12	6	6	288	96	192		4			4	4			
	1. 技能选修课分设语言技能类、计算机技能类和职业技能类, 其中职业技能类中的《生涯规划-探索与管理》须修读合格, 其余类别无最低修读学分要求。 2. 鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。学生参加学校认可的学科竞赛、学术科研、社会实践、创业实践以及其他创新创业实践活动, 可依学校规定申请认定学分。															
	生涯规划-探索与管理	2	1	1	32	16	16		1+1							
通识教育模块	通识必修课	21	17	4	400	296	104	5	3	3	2	2	4		2	
	《形势与政策》每学期开设至少8学时, 在综合考核合格的基础上, 统一至毕业前最后一学期给定2学分。															
	军事理论	2	2		32	32		2								
	大学语文	2	2		32	32					2					
	思想道德与法治	3	2	1	48	32	16	2+1								
	中国近现代史纲要	3	2	1	48	32	16		2+1							
	马克思主义基本原理	3	3		48	40	8			3						
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		32	32						2				
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2	2		32	32							2			
	思想政治理论课实践	2		2	64		64							4		
	形势与政策	2	2		64	64									2	
	通识选修课	16	12	4	320	192	128		1	6		4	4		1	
		通识选修课课程详见每学期开课计划。修读要求: 1. “人文艺术类”中包含“人文类”和“艺术类”两个课程组, 其中“艺术类”课程组至少修读2学分。 2. “社会科学类”中包含《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组、“社会科学类”课程组; 其中《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组中的《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》须修读合格。 3. “自然科学类”至少修读2学分。														
	大学生心理健康教育	1	1		16	16			1							
	劳动教育	1		1	32	8	24								2	
	国家安全教育	1	1		16	16				2						
	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	1	1		16	16				2						
专业教育模块	专业必修课	40	37	3	640	592	48	13	9	6	9	3				
	学科基础课	23	22	1	368	352	16	10	6	3	4					
	经济数学 I	4	4		64	64		4								
	微观经济学原理	3	3		48	48		3								
	宏观经济学原理	3	3		48	48			3							
	管理学原理(A)	3	3		48	48		3								
	会计学原理(A)	3	3		48	48			3							

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期(周学时)							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
业必修课	商业数据挖掘与分析	3	2	1	48	32	16			2+1					
	统计学原理	4	4		64	64					4				
	专业基础课	17	15	2	272	240	32	3	3	3	5	3			
	营销学原理(A)	3	3		48	48		3							
	消费者行为学(A)	3	3		48	48			3						
	财务管理(B)	3	3		48	48				3					
	企业战略管理(B)	2	2		32	32					2				
	国际市场营销	3	2	1	48	32	16				2+1				
	营销调研	3	2	1	48	32	16					2+1			
专业选修课	33	28	5	528	441	87			3	7	9	8	6		
修读要求: 1. 课程组A为市场营销专业核心选修课, 学生应在其中修读不少于22个学分。 2. 课程组B为专业拓展方向课程, 共分为企业管理、创意与广告、数字投资与贸易等三个方向延伸课程。 3. 拟留学、考研或有加深、加厚基础理论部分需求的学生可选修课程组C的课程。 4. 除限选22学分应在课程组A中选修以外, 其余学分可以从课程组A、课程组B或课程组C的课程中选修。 5. 选修课的选修学期为起始修读学期, 后续学期也可修读。															
课程组A															
专业教育模块	大数据分析 with 营销	3	2	1	48	32	16			2+1					
	服务营销	2	2		32	32				2					
	国际管理	3	3		48	48				3					
	客户关系与客户智能	2	2		32	26	6			2					
	品牌营销	2	2		32	32				2					
	渠道管理	3	3		48	48				3					
	推销理论与技巧	2	2		32	32				2					
	网络营销	3	2	1	48	32	16			2+1					
	数字化全球领导力与组织行为	3	3		48	48				3					
	互联网+创业营销	2	1	1	32	16	16				1+1				
	互联网消费洞察	2	1	1	32	16	16				1+1				
	跨境电商概论	3	2	1	48	32	16				2+1				
	零售学	3	2	1	48	32	16				2+1				
	企业运营管理(A)	3	3		48	40	8				3				
	数字时代的国际人力资源管理	3	3		48	48					3				
	数据智能专题	2	1	1	32	16	16				1+1				
	数字新媒体营销	2	1	1	32	16	16				1+1				
	体验营销	3	2	1	48	32	16				2+1				
	网络传播学(A)	3	3		48	40	8				3				
	营销案例研究分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	营销策划	2	1	1	32	16	16				1+1				
	营销心理学	2	2		32	32					2				
	整合营销沟通	3	3		48	48					3				
SAS应用与消费大数据分析	3	2	1	48	32	16					2+1				
创新创业竞赛实践与案例分析	2	1	1	32	16	16					1+1				
互联网金融营销	2	2		32	32						2				
跨境电子商务实务	3	2	1	48	32	16					2+1				
社会科学研究方法	2	1	1	32	16	16					1+1				
移动互联网时代的软文营销	2	1	1	32	16	16					1+1				
课程组B															
企业管理方向															
专业选修															

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期(周学时)								
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下	
修课	供应链管理(A)	3	3		48	46	2				3					
	项目管理(A)	3	3		48	40	8				3					
	跨文化沟通与管理(B)	2	2		32	32					2					
	商业伦理与企业社会责任	2	2		32	24	8				2					
	连锁经营管理概论	2	2		32	32					2					
	国际财务管理	3	3		48	48					3					
	投资项目评估	3	3		48	42	6					3				
	创意与广告方向															
	广告学原理	3	2	1	48	32	16			2+1						
	视频制作基础	3	3		48	40	8			3						
	移动广告界面设计	2	1	1	32	16	16			1+1						
	广告策划与文案	2	2		32	32					2					
	文化创意方法	2	2		32	24	8				2					
	创意商品设计	2	1	1	32	16	16					1+1				
	数字贸易与投资方向															
	国际贸易实务	3	3		48	48				3						
	国际商务	3	3		48	48				3						
	商务英语(A)	3	2	1	48	32	16				2+1					
	数字经济概论	2	2		32	32					2					
	证券投资学(A)	3	3		48	48					3					
	国际投资学	3	3		48	48					3					
	创业与融资	3	2	1	48	32	16					2+1				
	公司信贷	3	3		48	48						3				
	国际结算	3	3		48	48						3				
	国际贸易实务模拟	2	1	1	32	16	16					1+1				
	经济法(经济类)(A)	3	3		48	48						3				
	跨境并购	3	3		48	48						3				
	商业银行风险管理(A)	3	3		48	48						3				
	外汇理论与实务	2	2		32	32						2				
	外贸函电与写作	2	1	1	32	16	16					1+1				
	课程组C															
	中级微观经济学	3	3		48	48						3				
	中级宏观经济学	3	3		48	48						3				
高代选讲	2	2		32	32						2					
概率统计(经管类)	3	3		48	48						3					
经济数学II	2	2		32	32					2						
经济数学III	4	4		64	64						4					
实习与实践		13		13	26周		26周		1		1		1		10	
实习与实践	教学实践I:社会调研	1		1	2周		2周		2周							
	教学实践II:专项实习	1		1	2周		2周				2周					
	教学实践III:企业实习	1		1	2周		2周					2周				
	毕业实习(营销)	4		4	8周		8周								8周	
	毕业论文/设计(营销)	6		6	12周		12周								12周	
学分、学时总计及学分学期分布		155	110	45	2624	1779	845	23	23	24	23	22	21	6	13	

学期教学活动安排情况

项目周数 学年学期		课程教学周	实践教学周	军事训练	复习考试周	毕业实习	毕业论文(设计)	教研活动周	合计
一	1	16		(3)	2			1	19
	2	16	2		2			1	21
二	3	16			2			1	19
	4	16	2		2			1	21
三	5	16			2			1	19
	6	16	2		2			1	21
四	7	16			2		(12)	1	19
	8	16			2	(8)		1	19
合计		128	6	(3)	16	(8)	(12)	8	158

市场营销专业人才培养方案-培养规格矩阵图

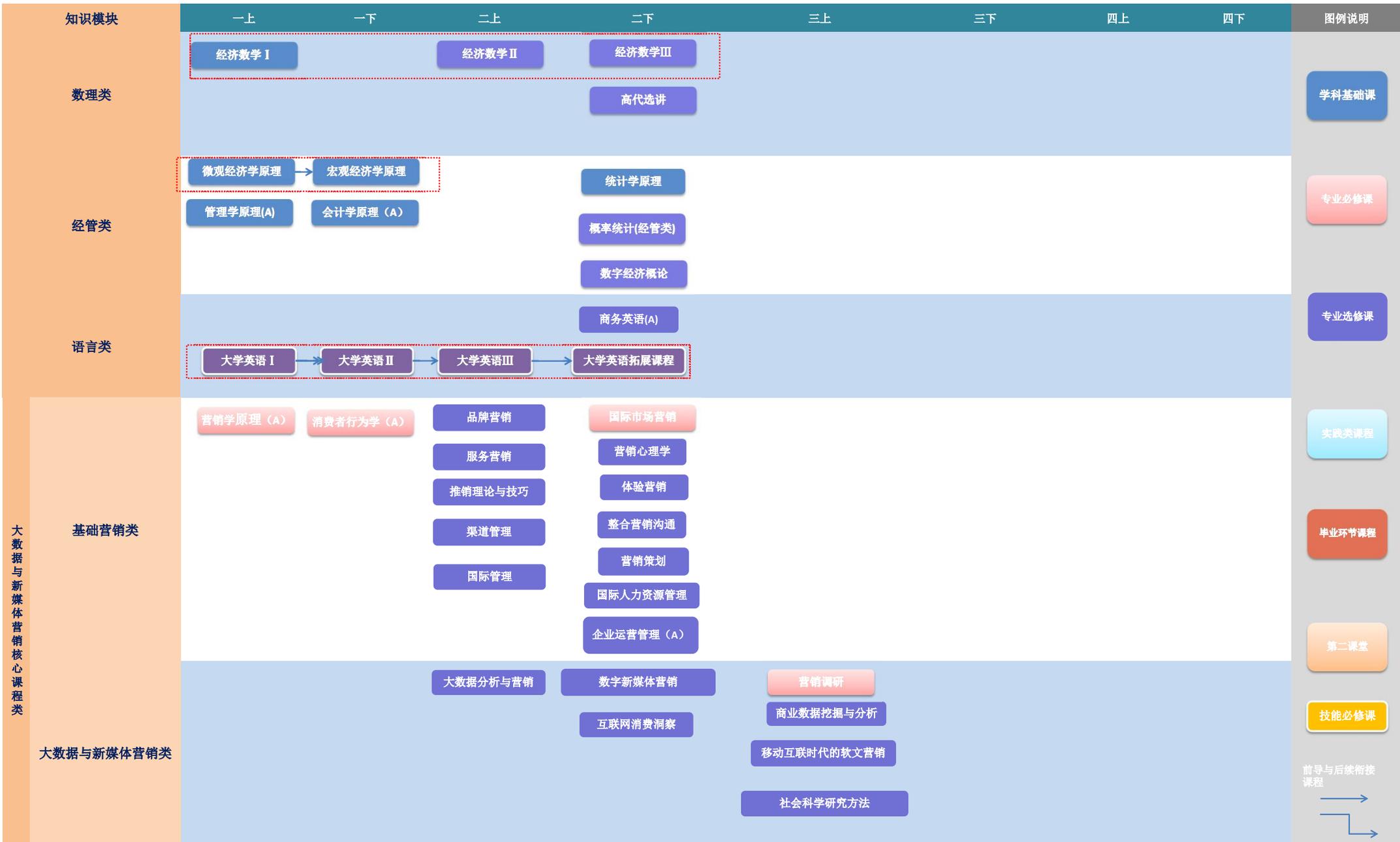
课程类别	课程名称	培养规格																
		素质要求						能力要求						知识要求				
		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5
技能必修课	大学英语 I				√					√				√				√
技能必修课	大学英语 II				√					√				√				√
技能必修课	大学英语 III				√					√				√				√
技能必修课	大学英语拓展课程				√					√				√				√
技能必修课	计算机基础				√		√							√				
技能必修课	军事训练					√												
技能必修课	体育 I					√												
技能必修课	体育 II					√												
技能必修课	体育 III					√												
技能必修课	体育 IV					√						√						
技能选修课	生涯规划-探索与管理		√	√	√						√				√			
技能必修课	创新与创业基础	√	√		√				√	√				√				√
通识必修课	军事理论	√					√											
通识必修课	大学语文	√	√	√			√				√					√		
通识必修课	思想道德与法治		√	√		√	√		√							√		
通识必修课	中国近现代史纲要	√	√	√			√		√							√		
通识必修课	马克思主义基本原理	√	√	√			√		√							√		
通识必修课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	√	√	√			√		√							√		
通识必修课	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	√	√	√			√		√							√		
通识必修课	思想政治理论课实践	√	√	√			√		√							√		
通识必修课	形势与政策	√	√	√			√		√		√					√		
通识选修课	大学生心理健康教育	√	√	√			√		√							√		
通识选修课	劳动教育	√	√	√			√		√							√		
通识选修课	国家安全教育	√	√	√			√		√							√		
通识选修课	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	√	√	√			√		√							√		
专业必修课	经济数学 I			√				√										√
专业必修课	微观经济学原理			√				√										√
专业必修课	宏观经济学原理			√				√										√
专业必修课	管理学原理(A)	√										√						√
专业必修课	会计学原理(A)			√				√										√
专业必修课	统计学原理			√				√										√
专业必修课	营销学原理(A)			√	√				√	√		√	√	√				
专业必修课	消费者行为学(A)			√	√				√			√		√	√			
专业必修课	财务管理(B)			√	√				√	√		√					√	√
专业必修课	企业战略管理(B)			√	√				√	√		√	√	√				√
专业必修课	国际市场营销			√	√				√	√			√	√	√			√
专业必修课	营销调研			√	√				√		√		√	√				
专业选修课	数字新媒体营销			√	√			√	√				√	√		√	√	
专业必修课	商业数据挖掘与分析				√			√	√					√				
专业选修课	大数据分析营销				√			√						√				
专业选修课	网络营销				√			√					√	√				
专业选修课	互联网消费洞察				√			√					√	√				
专业选修课	互联网+创业营销				√			√		√			√	√				
专业选修课	互联网金融营销				√			√					√	√				

市场营销专业人才培养方案-培养规格矩阵图

课程类别	课程名称	培养规格																	
		素质要求					能力要求						知识要求						
		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	
专业选修课	移动互联时代的软文营销				√				√						√				
专业选修课	创新创业竞赛实践与案例分析				√				√		√			√	√				
专业选修课	社会科学研究方法				√				√					√					
专业选修课	SAS应用与消费大数据分析			√				√	√		√			√					
专业选修课	数据智能专题			√				√	√		√			√					
专业选修课	跨境电商概论				√				√										√
专业选修课	网络传播学(A)				√				√										
专业选修课	客户关系与客户智能				√				√					√					
专业选修课	渠道管理				√				√				√	√					
专业选修课	零售学				√				√				√	√					
专业选修课	体验营销				√				√	√				√					
专业选修课	整合营销沟通				√				√					√					
专业选修课	品牌营销				√				√					√					
专业选修课	服务营销				√				√					√					
专业选修课	数字化全球领导力与组织行为				√				√										√
专业选修课	营销心理学				√				√					√			√		
专业选修课	营销策划				√				√	√	√			√	√				
专业选修课	推销理论与技巧				√				√					√					
专业选修课	国际管理				√				√								√	√	√
专业选修课	营销案例研究分析				√									√				√	
专业选修课	企业运营管理(A)				√													√	
专业选修课	数字时代的国际人力资源管理				√					√	√				√			√	
专业选修课	供应链管理(A)				√			√						√					
专业选修课	跨文化沟通与管理(B)				√					√		√			√			√	√
专业选修课	商业伦理与企业社会责任				√				√				√	√				√	√
专业选修课	投资项目评估				√														
专业选修课	项目管理(A)				√					√		√			√				
专业选修课	连锁经营管理概论				√													√	
专业选修课	国际财务管理				√			√									√		√
专业选修课	广告学原理	√											√	√					
专业选修课	视频制作基础	√		√															
专业选修课	创意商品设计	√		√										√					
专业选修课	文化创意方法	√																	
专业选修课	移动广告界面设计	√		√					√										
专业选修课	广告策划与文案	√											√	√					
专业选修课	证券投资学(A)				√							√					√		
专业选修课	外汇理论与实务				√							√					√		
专业选修课	公司信贷				√			√				√					√		
专业选修课	跨境并购				√							√						√	
专业选修课	国际投资学				√			√				√					√		√
专业选修课	创业与融资				√							√					√		
专业选修课	商业银行风险管理(A)				√			√				√					√		
专业选修课	国际贸易实务				√							√	√				√		√
专业选修课	国际结算				√	√		√									√		√
专业选修课	国际贸易实务模拟				√	√											√		√

课程类别	课程名称	培养规格																				
		素质要求						能力要求						知识要求								
		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5				
专业选修课	跨境电子商务实务				√	√							√				√		√			
专业选修课	国际商务				√	√							√					√		√		
专业选修课	商务英语(A)			√						√									√		√	
专业选修课	外贸函电与写作			√						√											√	
专业选修课	数字经济概论				√			√												√		
专业选修课	经济法(经济类)(A)				√				√								√					
专业选修课	中级微观经济学				√			√												√		
专业选修课	中级宏观经济学				√			√												√		
专业选修课	高代选讲				√			√												√		
专业选修课	概率统计(经管类)				√			√												√		
专业选修课	经济数学II				√			√												√		
专业选修课	经济数学III				√			√												√		
实习与实践	教学实践I:社会调研	√		√					√						√							
实习与实践	教学实践II:专项实习	√		√					√						√						√	
实习与实践	教学实践III:企业实习			√	√				√			√		√							√	
实习与实践	毕业实习(营销)			√	√				√					√								
实习与实践	毕业论文/设计(营销)			√					√					√								

市场营销专业课程图谱 (2024年)



大数据与新媒体营销核心课程类



市场营销专业课程图谱 (2024年)

