

经济与管理学院

市场营销专业培养方案

一、培养目标

本专业以立德树人为根本任务，旨在培养适应现代社会经济发展需要，具备人文精神、科学素养和诚信品质，系统掌握管理、经济、法律的基础知识，具有市场营销管理的基本素养和技能，具备发现、分析和解决市场营销问题的能力，富有创新精神和创业能力，能够在企业、事业单位从事市场调研、营销策划、市场拓展、销售管理等营销业务及管理工作的的高素质应用型人才。

目标 1-职业素养：热爱祖国，爱岗敬业，具有社会责任感，遵守法律法规、社会公德和职业道德，具有良好的道德修养和人文素质；具有诚实守信、团结合作、勇于创新、严谨求实、吃苦耐劳的精神，具有正确的社会主义核心价值观。有较强的组织与协调能力以及沟通能力；善于观察，有良好的信息收集和处理能力。

目标 2-专业知识：系统掌握本专业必需的市场营销学、广告学、数字营销等基础理论知识，熟悉有关市场营销工作的政策法规及国际惯例；了解本学科的前沿理论和发展趋势；能够准确分析消费者行为；掌握本专业必需的营销策划、营销管理等基本技能和方法。

目标 3-专业能力：具有较强的商务谈判能力、组织协调能力、市场调研能力、团队合作能力、环境适应能力、分析问题和解决问题的能力；具有良好的个人形象塑造能力、语言沟通能力、书面表达能力；拥有良好的人际沟通能力和组织协调及领导能力；具备市场开拓的能力；具备管理客户的能力；具备一定的营销创新技能。

目标 4-职业发展：培养学生的分析能力、解决问题的能力、观察力、组织领导能力、协调沟通能力，具备探索知识、自主钻研业务的能力，使其可以在各类企事业单位中从事与市场营销专业有关联的工作或者教学、科研工作，还有各级政府部门不同岗位从事管理工作等，以实现学生的自我发展。

二、毕业要求

毕业要求指标点

毕业要求	指标点
1 素质要求	<p>1-1 政治素质：毕业生应具有正确的社会主义核心价值观，热爱祖国，拥护中国共产党的领导；要掌握马克思主义科学理论基础知识和基本原理，掌握中国特色社会主义科学理论基础知识和基本原理；具有正确的人生观、世界观、价值观。</p> <p>1-2 身心素质：身心健康，具有调节管理情绪的能力；具有健康的体魄，达到国家规定的大学生体育和军事训练合格标准。</p> <p>1-3 职业素质：具备爱岗敬业、诚实守信、踏实肯干、团结协作的职业道德。能够在市场营销实践中理解并遵守职业规范，履行职责。</p> <p>1-4 人文素质：具有良好的个人品德、社会公德，有良好的道德修养；具有国家意识和文化自信；具有高度社会责任感。</p>
2 知识要求	<p>2-1 文化基础知识：掌握一定的哲学原理、必要的法律知识，理解中国特色社会主义理论思想概论。掌握公文写作知识。掌握高等数学基础知识。掌握外语基础知识。掌握计算机基础知识。具备合理的数学、自然科学和计算机知识结构，能够将数学、计算机知识和技能用于分析、解决复杂经济管理问题。</p> <p>2-2 专业基础知识：具有管理学、经济学、法律、市场营销管理方面的基本理论和知识。</p> <p>2-3 专业技术知识：系统掌握本专业必需的营销学、广告学、电子商务等基础理论知识，了解本学科的前沿理论和发展趋势；具备本专业必需的营销策划、营销管理等基本技能和方法，具有较强的商务谈判能力、市场调研能力、团队合作能力、环境适应能力、分析问题和解决问题的能力；具有良好的个人形象塑造能力、语言沟通能力、书面表达能力。</p> <p>2-4 专业拓展知识：熟悉有关市场营销工作的政策法规及国际惯例；了解本学科理论前沿和发展动态。能够对复杂经济管理问题解决方案和经济管理实践可能对政治、经济、技术、社会及环境带来的影响进行分析与评价。</p>
3 能力要求	<p>3-1 基础能力：掌握一门外语，具备良好的听、说、读、写能力；能熟练运用计算机、网络及市场营销相关的常用办公、统计、企业信息管理软件。良好的人际沟通能力；数学计算能力。</p> <p>3-2 专业核心能力：拥有良好的文字和语言表达能力、人际沟通能力和组织协调及领导能力；具备市场开拓的能力；具备专业的策划方案撰写能力；具备管理客户的能力；具备一定的营销创新技能。</p> <p>3-3 专业拓展能力：具备较强的创新能力、公关能力、国际营销能力。能够使用统计软件或数理计算工具等现代通用经济管理分析技术与工具，分析解决经济管理问题，并理解其局限性。</p>

三、毕业要求与培养目标对应关系矩阵

		培养目标			
		目标 1 基本素养	目标 2 专业知识	目标 3 专业能力	目标 4 职业发展
毕业要求 1 素质要求	指标 1-1	H			M
	指标 1-2	H			M
	指标 1-3	H	L	L	H
	指标 1-4	L			
毕业要求 2 知识要求	指标 2-1				M
	指标 2-2		H		M
	指标 2-3		H	H	H
	指标 2-4			M	M
毕业要求 3 能力要求	指标 3-1	M			M
	指标 3-2		H	H	H
	指标 3-3			H	M

四、毕业条件

市场营销专业学制为四年，学生应修读 161 学分。其中公共必修课 43 学分，专业必修课 63 学分，专业选修课 19 学分，公共选修课 8 学分，实践环节 28 学分。修满学分获准毕业，且核心课程平均学分绩点达到 2.5 以上，符合《中华人民共和国学位条例》及《哈尔滨师范大学本科学士学位授予细则》规定，授予管理学学士学位。

专业核心课程平均学分绩点达到 3.5（含 3.5）以上，可在总学分中增计 2 学分。此外，在校期间参加大学生创新创业训练计划项目获奖、在国家级或省级学科知识与技能大赛获奖、公开发表研究论文、申请专利等方式获得创新学分，一次可增计 1 学分，增计累计不超过 2 学分。增计学分可用以冲抵专业选修课学分。

五、课程体系与毕业要求对应关系矩阵

课程性质		课程名称	毕业要求										
			毕业要求 1				毕业要求 2				毕业要求 3		
			1-1	1-2	1-3	1-4	2-1	2-2	2-3	2-4	3-1	3-2	3-3
通识教育课程	必修	思想道德与法治	H	H	H	L							
		中国近现代史纲要	H	L	M	H							
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H	L	M	H							
		马克思主义基本原理概论	H	L	M	H					M		
		形势与政策	H	L	H	L					H		
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	L	M	H	H						
		大学外语			H	H	H	M			H		H
		体育		H	M						H		
		计算机			H		H	M	H	H	H	M	M
		大学生心理健康教育	M	H	H						H		
		军事理论	H	H	H						M		
	军事训练	H	H	M						H			
	劳动教育与职业发展	M	H		H								
	选修	自然科学系列课程	M	H	H	H	H			M	M		M
		人文社会科学系列课程	M	H	H	H	H			M	M		M
		教育科学系列课程	M	H	H	H	H			M	M		M
		艺体素养系列课程	M	H	H	H	H			M	M		M

课程性质	课程名称	毕业要求											
		毕业要求 1				毕业要求 2				毕业要求 3			
		1-1	1-2	1-3	1-4	2-1	2-2	2-3	2-4	3-1	3-2	3-3	
	创新创业教育系列课程	M	H	H	H	H			M	M		M	
专业教育课程	必修	市场营销学*			H			H		H	M	H	H
		战略管理*			H	M		H	L	H		H	H
		消费者行为学*			H			H		H	M	H	H
		广告学*			H			H		H	H	H	H
		市场调研与预测*			M			H		H	H	H	H
		电子商务与网络营销*	L		L			H	H	H	M	M	H
		商务谈判*			M			H		H	H	M	M
		销售管理学*			L	L		H		H	M	M	M
		营销策划*			H			H		H	H	H	H
		客户关系管理*			L			H	M			H	M
		管理学	M		H			H	L	L		H	M
		高等数学					H				H		
		微观经济学			M			H			H		H
		会计基础	H	L	M				L	H	H	H	
		公共关系学	L		L			M	H			M	H
		应用统计学	L						M	H	H		H
		财务管理	H	L	M	L				H	H	H	
		选修	线性代数 C					H				H	
	管理信息系统				M		M	M	H	M	M	M	M
概率论 C						H				H			
专业英语										H	M		

课程性质	课程名称	毕业要求										
		毕业要求 1				毕业要求 2				毕业要求 3		
		1-1	1-2	1-3	1-4	2-1	2-2	2-3	2-4	3-1	3-2	3-3
选修	宏观经济学			M					M			M
	社交媒体营销						H	M	M		H	M
	国际营销学						H		M		M	M
	品牌管理			M	H		M		H		M	
	跨境电商						M	H	M		M	H
	商品学			M	M		M	M			M	M
	物流管理			M	M		H		H			H
	经济法			M	M		M		M			
	新产品开发与 创新						H	H	M		M	H
	组织行为学		M	H				H			H	M
	供应链管理						H	H			M	H
	人力资源管理			H					M			M
	税法			M	M		H					
	管理博弈			M			M		H		H	H
	商务礼仪	H	H	H	H					H		M
	创新与变革（国 际共建）								H			H
	商业模式创新								H			H
	市场营销管理 实训 1						H	H		M	M	M
	管理沟通	L	M			L	H	H			H	M
	国际贸易实务					M	M	M	H		M	H
创业管理			H					H		M	H	
ERP 沙盘模拟						H	H	M		H	M	
商业数据分析							H	M		M	H	

课程性质	课程名称	毕业要求										
		毕业要求 1				毕业要求 2				毕业要求 3		
		1-1	1-2	1-3	1-4	2-1	2-2	2-3	2-4	3-1	3-2	3-3
	市场营销管理实训 2						H	H		M	M	M
	论文导读与研究方法								H	M		H

六、课程结构与设置

本专业教学计划的课程体系由公共必修课、专业必修课、专业选修课、公共选修课程和实践环节五部分构成。

（一）公共必修课

公共必修课包括思想政治理论、心理健康、外语、计算机、体育、劳动教育及军事类等课程。学分为 43 学分。

（二）专业必修课

专业必修课指本专业基础理论、基本知识和基本技能方面的课程，学分为 63 学分。通过这部分课程的学习可使学生具备本专业较为系统、扎实、宽厚的专业基础，并在思想品德、科学精神、从业技能等方面具有较高的素养。

专业必修课课程中确定市场营销学、市场调研与预测、消费者行为学、电子商务与网络营销、商务谈判、销售管理学、营销策划、广告学、战略管理、客户关系与管理等 10 门专业课为核心课程（或称为学位课程），共 37 学分。学生修读专业核心课程平均学分绩点必须达到 2.5 以上（含 2.5），方可获得学位。专业核心课程平均学分绩点达到 3.5（含 3.5）以上，可在总学分中增计 2 学分。在国家级专业技能比赛中获三等奖以上、省级专业技能比赛中获二等奖以上，或发表有影响的学术论文，获得专利，获得本专业岗位资格证书以及参与顶岗实习、乡村支教、重大社会公益活动等，一次可增计 1 学分，增计累计不超过 2 学分。增计学分可用以冲抵专业选修课学分。

（三）专业选修课

专业选修课，为本专业的系列选修课，分为 3 个模块，模块一为 A 类选修课，模块二为 B 类选修课，模块三为 C 类选修课。（A 模块：学科基础模块；B 模块：专业辅助模块；C 模块：创新实践模块）学生选修课修读学分至少 19 学分。A 模块不少于 8 学分，B 模块不少于 6 学分，C 模块不少于 5 学分。

（四）公共选修课

公共必修课分为自然科学、人文社会科学、教育科学、艺体类、创新创业教育五个系列，至少选修8分。本专业学生不可再选修本专业开设的公共选修课程。

（五）实践教学环节

实践教学环节主要包括课程实践性教学环节和集中实践性教学环节。课程实践性教学环节主要包括实验课程（含非独立设置的实验课程）、课程实习、课程设计等；集中实践性教学环节主要包括教育实习（专业实习）、学年论文、毕业论文（毕业设计）、社会实践等。实践教学环节均为必修，学分为28学分。

七、各学期周数分配表

项目	学年		一		二		三		四		合计
	周数	学期	1	2	3	4	5	6	7	8	
入学教育	1										1
军事训练	2										2
课堂教学	14	16	16	16	16	16	16	16	4	7	105
教育实践(专业实践)		1		2			1		14		14(4)
社会实践		1	1	1							3
创新实践						1	1				2
毕业论文										10	10
机动	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
考试	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
毕业教育										1	1
假期	8	6	8	6	8	6	8	6	8	6	56
合计	27	25	27	25	27	25	27	25	27	25	208
			52		52		52		52		

八、课程学时及学分比例表

类别	学时数	学分数	占总学分比例
公共必修课程	472 (244+3 周)	31 (12)	26%
专业必修课程	900 (108)	63	39%

专业选修课程		304	19	12%
公共选修课程		128	8	5%
集中实践环节	教育实践（专业实践）	18周	14	100%
	社会实践	3周	4	
	创新实践	2周	2	
	毕业论文（设计）	10周	8	
合 计		2156	161	

九、教学计划总表

课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	总学时 / 周学时	理论学时	实践学时 / 周数	学分	开课学期	考核方式*	主讲教师
公共必修课 43学分	001010001	思想道德与法治	Ideological Morality and the Rule of Law	48/3	32	16	2 (1)	2	1	马院
	001010002	中国近现代史纲要	Outline of Modern Chinese History	48/4	32	16	2 (1)	3	1	马院
	001010003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Outline of Maoism and Theory of the Socialism with Chinese Characteristics	48/4	32	16	2 (1)	4	1	马院
	001010004	马克思主义基本原理概论	Outline of Marxism Theory	48/4	42	6	3	5	1	马院
	001010005	形势与政策	The Current Situation and	32/2	26	6	2	6	1	马院
	001010006	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	Outline of Xi Jinping's Socialist Ideology with China's	48/4	36	12	3	5	1	马院
	001510001	大学英语1	College English 1	32/2	32	0	2	1	1、3	公外部
	001511001	大学英语2	College English 2	48/3	48	0	3	2	1、3	公外部
	001512001	大学英语3	College English 3	48/3	48	0	3	3	1、3	公外部
	001513001	大学英语4	College English 4	32/2	32	0	2	4	1、3	公外部
	001410001	大学俄语1	College Russian 1	32/2	32	0	2	1	1、3	斯拉夫
	001411001	大学俄语2	College Russian 2	48/3	48	0	3	2	1、3	斯拉夫
	001412001	大学俄语3	College Russian 3	48/3	48	0	3	3	1、3	斯拉夫
	001413001	大学俄语4	College Russian 4	32/2	32	0	2	4	1、3	斯拉夫
	001310001	大学日语1	College Japanese 1	32/2	32	0	2	1	1、3	东语
	001311001	大学日语2	College Japanese2	48/3	48	0	3	2	1、3	东语

课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	总学时 /周学时	理论学时	实践学时 /周数	学分	开课学期	考核方式*	主讲教师
	001312001	大学日语 3	College Japanese 3	48/3	48	0	3	3	1、3	东语
	001313001	大学日语 4	College Japanese 4	32/2	32	0	2	4	1、3	东语
	000910001	体育 1	Physical Education 1	28/2	28	0	(1)	1	5	体科院
	000911001	体育 2	Physical Education 2	32/2	32	0	(1)	2	5	体科院
	000912001	体育 3	Physical Education 3	32/2	32	0	(1)	3	5	体科院
	000913001	体育 4	Physical Education 4	32/2	32	0	(1)	4	5	体科院
	000410001	计算机基础及应用 1	Computer Basics and Application 1	32/2	16	16	2	1	5	计科院
	000411001	计算机基础及应用 2	Computer Basics and Application 2	48/3	32	16	2 (1)	2	5	计科院
	340010001	大学生心理健康教育	College Student Psychological Health Education	16/2 (1周)	16	1周	1 (1)	1/2	1	学生处
	330010001	军事理论	Military Theory	32 / 2	32	0	2	1	7	保卫处
	330011001	军事训练	Military Training	2周	0	2周	(1)	1	5	保卫处
	000010005	劳动教育与职业发展	Labor Education and Career Development	32/2	16	16	1(1)	1	3	学生就业指导处
专业必修课 (核心课 37学分)	210300014	市场营销学	Marketing	64/4	58	6	4	2	1、2	张丽兵
	210300051	战略管理	Strategic Management	48/3	42	6	3	2	1、2	王晓明
	210300003	消费者行为学	Consumer Behavior	64/4	58	6	4	3	1、2	张丽兵
	210300017	广告学	Advertising	64/4	58	6	4	3	1、2	杨艳丽
	210300013	市场调研与预测	Market Research and Forecasting	64/4	58	6	4	4	1、2	崔佳
	210300004	电子商务与网络营销	E-commerce and Network Marketing	64/4	50	14	4	5	1、2	薛宏冰
	210300021	商务谈判	Business Negotiation	48/3	42	6	3	6	1、2	王瑞
	210300008	销售管理学	Sales Management	64/4	54	10	4	6	1、2	薛宏冰
	210300009	营销策划	Marketing Planning	64/4	52	12	4	6	1、2	杨艳丽
	210300020	客户关系管理	Customer Relationship Management	48/3	42	6	3	6	1、2	乔琳

课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	总学时 / 周学时	理论学时	实践学时 / 周数	学分	开课学期	考核方式*	主讲教师
专业必修课 (共26学分)	210310001	管理学	Management	48/3	42	6	3	1	1、3	冯丹娃
	000310006	高等数学 C1	Advanced Mathematics C1	32/2	32	0	2	1	1、3	赵静
	000311006	高等数学 C2	Advanced Mathematics C2	64/4	64	0	4	2	1、3	赵静
	210310062	微观经济学	Micro-economics	64/4	60	4	4	3	1、3	李宝虹
	210310065	会计基础	Essentials of Accounting	48/3	46	2	3	4	1、3	李向红
	210310067	公共关系学	Public Relations	48/3	40	8	3	4	1、3	孟梓涵
	210310066	应用统计学	Applied Statistics	48/3	44	4	3	5	1、3	张玉
	210310068	财务管理	Financial management	64/4	58	6	4	5	1、3	李向红
专业选修课 A 模块 (共22学分, 需选修8学分)	000310007	线性代数 C	linear Algebra C	48/3	48	0	3	3	1、3	刘佳
	210320072	管理信息系统	Management Information Systems	48/3	44	4	3	3	1、3	杨冬宝
	000310008	概率论 C	Probability Theory C	48/3	48	0	3	4	1、3	王敏慧
	210320094	专业英语	Specialized English	32/2	28	4	2	4	1、3	袁自国
	210320041	宏观经济学	Macroeconomics	48/3	42	6	3	4	1、3	李宝虹
	210320189	社交媒体营销	Social Media Marketing	32/2	28	4	2	5	1、3	乔琳
	210320190	国际营销学	International Marketing	32/2	26	6	2	6	1、3	徐晶
	210320099	品牌管理	Brand Management	32/2	28	4	2	7	1、3	王广学
210320187	跨境电商	Cross Border E-commerce	32/2	20	12	2	7	1、3	薛宏冰	
专业选修课 B 模块 (共22学分, 需要选修6学分)	210320040	商品学	Commodity Science	32/2	28	4	2	1	1、3	陶楠
	210320005	物流管理	Logistics Management	32/2	28	4	2	2	1、3	杨艳丽
	210320063	经济法	Economic Law	48/3	42	6	3	3	1、3	林秋
	210320188	新产品开发与创新	New Product Development and Innovation	32/2	28	4	2	4	1、3	陶楠
	210320046	组织行为学	Organizational Behavior	48/3	42	6	3	5	1、3	唐梦凡
	210320061	供应链管理	Supply Chain Management	48/3	40	8	3	6	1、3	王晓明

课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	总学时 / 周学时	理论学时	实践学时 / 周数	学分	开课学期	考核方式*	主讲教师
	210320042	人力资源管理	Human Resource Management	48/3	42	6	3	6	1、3	谢迪
	210320101	管理博弈学	Game in Management Game	32/2	28	4	2	7	1、3	赵辰光
	210320098	税法	Tax Law	32/2	28	4	2	7	1、3	宋衍程
专业选修课C模块 (共19学分,需要选修5学分)	210320064	商务礼仪	Business Etiquette	32/2	28	4	2	1	1、31	刘珊
	210320176	创新与变革 (国际共建)	Innovation and Change (International Cooperation)	32/2	28	4	2	2	8	外聘
	210320115	商业模式创新	Business Model Innovation	32/2	28	4	2	3	1、3	许冰
	210320182	市场营销管理实训1	Marketing Management Training 1	32/2		32	1	4	3、5	薛宏冰
	210320060	管理沟通	Managerial Communication	32/2	28	4	2	5	1、3	于春洁
	210320069	国际贸易实务	International Trade Practice	48/3	42	6	3	6	1、3	张英明
	210320043	创业管理	Entrepreneurial Management	32/2	26	6	2	6	1、3	王广学
	210320186	ERP沙盘模拟	ERP Sand Table Simulation	32/4	8	24	1	6	5	许冰
	210320093	商业数据分析	Business Data Analysis	32/4	26	6	2	7	1	杨冬宝
	210320182	市场营销管理实训2	Marketing Management Training 2	32/2		32	1	7	5	薛宏冰
210320174	论文导读与研究方法	Introduction and Research Methods of Dissertation	18/2	18	0	1	7	3	崔佳	

课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	总学时 / 周学时	理论 学时	实践 学时 / 周数	学分	开课 学期	考核 方式*	主讲 教师
公共选修课程 8 学分	370000000	自然科学、人文社会科学、教育科学、艺术素养、创新创业五系列中		128			8			
集中实践环节 28 学分	000011001	专业实践	Specialty Practice	18 周			14	2、4、6、7		
	000010002	社会实践	Society Practice	3 周			4	2、3、4		
	000010003	创新实践	Innovation Practice	2 周			2	5、6		
	000010004	毕业论文 (设计)	Graduation Thesis (Graduation Design)	10 周			8	8		
总 计				2156			161			

*考核方式：1. 期末闭卷或期末开卷考试（专业核心课、专业必修课必选）；2. 阶段性考试；3. 课程论文或案例分析；4. 文献综述或调查报告；5. 实验操作或技能考核；6. 课堂作品和创新评析；7. 无纸化考试；8. 其他。

教学院长审核签字：

院长审核签字：

审核时间：

审核时间：

学院公章：