

蚌埠工商学院

2024 级市场营销专业专升本培养方案

专业代码：Z120202

学科门类：管理学

专业门类：工商管理类

授予学位：管理学学士

标准学制：两年

所属学院：管理学院

方案制订人：张景利

方案审核人：刘冬华

一、培养目标

以立德树人为根本任务，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有坚定的马克思主义信仰和社会主义、共产主义理想信念，践行社会主义核心价值观，有较强社会责任感、公共意识和创新精神，掌握现代经济管理理论知识，掌握现代市场营销理论、方法和技能，适应数字经济时代营销的变化，能够在各类企事业单位及政府部门等胜任市场研究和营销管理相关岗位的高素质、复合型、应用型人才。

本专业希望学生在毕业五年左右达到以下培养目标：

目标1. **思想品德过硬**。具有良好的思想政治素养，维护社会主义制度，遵纪守法，诚实守信。具备思想品德高尚、人文素养深厚、法制意识明确、求知欲望强烈、职业道德高尚、人格健全、身心健康的素质结构，具有强烈的责任感和勇担重任的魄力。

目标2. **专业知识牢固**。具有完善的知识结构，在了解营销管理和实践领域的最新动态的基础上，能够融合现代经济学、管理学、心理学和营销学等多学科知识，发现营销问题，能够利用数学、计算机和现代信息技术等知识和方法分析营销问题，并最终提出解决方案。

目标3. **实践能力突出**。具有较强的实践应用能力，沟通能力和团队合作意识，能够分析和解决数字经济时代的复杂营销问题，主导市场研究、营销策划、销售管理、客户关系管理、品牌管理、新媒体营销、数字营销和营销数据分析等专业项目的开展。

目标4. **创新素养较强**。具备较强的创新思维、创新精神和创新能力，能够通过细分创新、市场定位创新、产品创新、服务创新、商业模式创新、促销创新和渠道创新等营销实践活动应对充满不确定性的竞争日益激烈的外部环境。

目标5. **学习能力持续**。具有多学科融合、自主学习和终身学习的能力，具备国际化视野和跨文化交流能力，能够主动适应不断变化的国内外形势和环境，持续增强营销管理能力。

二、毕业要求

1. 品德修养。具有坚定的政治信念，较高的政治素养，人文科学素养，浓厚的家国情怀和较强的社会责任感，了解营销领域相关法律法规，具有较强的法律意识，热爱营销专业，能够在营销实践中理解并主动按照遵纪守法、诚实守信等职业道德和营销行业规范履行责任，践行社会主义核心价值观。

2. 身心素质。达到国家规定的大学生体质健康标准，具有健康的体魄和良好的心理素质，具备自我控制和自我调节能力，能够适应营销职业高压、高强度的工作性质。

3. 学科知识。扎实掌握数学、计算机和统计等基础知识，具备基本的数学分析、计算机和统计应用能力；系统掌握现代管理学和经济学和管理学科的基本理论、方法和技术，具备应用不同知识和方法分析和解决复杂营销问题的能力。

4. 解决问题能力。掌握市场营销常用的市场调查方法和数据分析方法，注重将数据分析思维融入营销学科理论和方法，分析营销问题，提出针对性的营销解决方案，具备较强的实践动手能力；了解国内外营销最新动态，能够发现、辨析和评价当代营销管理领域的问题，表达个人看法。

5. 沟通表达能力。具有良好的语言与文字表述、人际沟通能力，具备与客户沟通、开发客户资源、维系不同类型客户关系及发掘客户潜力的实际能力；能够就复杂营销问题与客户及社会公众进行有效沟通和交流。

6. 信息处理能力。掌握文献检索、营销数据获取、数据处理与数据挖掘的基本方法和工具，并能够进行营销模型设计和运用。

7. 团队协作能力。能较好融入各类企事业单位，具有团队合作意识和能力，较强的组织、管理和协调能力，能够高效推动团队目标的实现。

8. 创新创业能力。了解所从事行业的创新创业实践动态，具有较强的创新创业精神与能力。

9. 终身学习能力。能够结合个人实际，规划个人发展，具有较强的自主学习意识和能力，适应营销管理理论实践快速发展的客观情况，具备不断学习及适应发展的能力。

表 1 毕业要求对培养目标的支撑矩阵

| | 目标 1 | 目标 2 | 目标 3 | 目标 4 | 目标 5 |
|----------------|------|------|------|------|------|
| 毕业要求 1: 品德修养 | √ | | | | |
| 毕业要求 2: 身心素质 | √ | | | | |
| 毕业要求 3: 学科知识 | | √ | √ | | |
| 毕业要求 4: 解决问题能力 | | √ | | | |
| 毕业要求 5: 沟通表达能力 | | | √ | | |
| 毕业要求 6: 信息处理能力 | | | √ | | |
| 毕业要求 7: 团队协作能力 | | | √ | | |
| 毕业要求 8: 创新创业能力 | | | | √ | |
| 毕业要求 9: 终身学习能力 | | | | | √ |

注：根据毕业要求，在所支撑的培养目标下方“√”。

表 2 毕业要求与课程任务矩阵

| 课程名称 | 毕业要求 1 品德修养 | 毕业要求 2 身心素质 | 毕业要求 3 学科知识 | 毕业要求 4 解决问题能力 | 毕业要求 5 沟通表达能力 | 毕业要求 6 信息处理能力 | 毕业要求 7 创新创业能力 | 毕业要求 8 团队协作能力 | 毕业要求 9 终身学习能力 |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 中国近现代史纲要 | H | M | | | | | | | |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | H | M | | | | | | | |
| 马克思主义基本原理 | H | M | | | | | | | |
| 形势与政策 | M | M | | | | | | | H |
| 国家安全 | H | | | | | | | | M |
| 劳动教育 | | H | | | | | | | |
| 大学美育 | H | | | L | | | | | L |
| 大学英语精读 3 | | | H | | H | | | | |
| 听说训练 3 | | | H | | H | | | | |
| 大学英语精读 4 | | | H | | H | | | | |
| 听说训练 4 | | | H | | H | | | | |
| 通识选修 1 | | H | | | | | | M | |
| 通识选修 2 | | H | | | | | | M | |
| 数据库应用基础 | | | | L | | | H | | M |
| 管理学 | | | H | L | | | | | |
| 市场营销学 | | | H | L | | L | | | |
| 市场营销学实验 | | | H | L | | L | | | |
| 经济法 | | | L | | H | | | | |
| 统计学原理 | | | M | | M | | | | |
| 统计软件操作与分析 | | | M | M | M | | | | |
| 西方经济学 | | | H | L | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 毕业专题讲座(市场营销) | M | | M | | | | | | |
| 战略管理 | | | H | M | | | | | |
| 电子商务理论与实验 | M | | H | M | | L | M | | |
| 市场调查与预测 | H | | M | | | | M | | |
| 市场调查与预测实训 | H | | | | M | M | M | | |
| 消费者行为学 | | | H | | | | | | |
| 品牌管理 | | | H | | | | | | |
| 整合营销传播 | | | H | M | | | | | |
| 企业资源计划理论与实验 | H | | | | M | M | M | | |
| 数字营销(共建) | H | | | | | M | | | M |
| 演讲与口才训练 | H | | M | M | M | | | | |
| 礼仪文化与有效沟通 | | M | | | H | | | | |
| 企业行政管理实务 | H | | M | M | | | M | | L |
| 职业生涯管理 | H | | | | H | | | | |
| 危机管理 | H | | M | M | M | | | | |
| 营销职业素养 | H | M | | | H | | | | |
| 简历制作与面试指导 | | | H | | | | | M | |
| 市场营销大数据管理与应用 | H | | M | | | M | | | L |
| 人工智能营销 | H | | | | | M | | | M |
| 营销数据挖掘与分析 | H | | | | | M | | | M |
| 新媒体运营 | H | | | | | M | | | M |
| 营销心理学 | H | | | | | | | | M |
| 营销策划 | | | | H | M | | | | |
| 客户关系管理 | L | | | H | M | | L | | |
| 新媒体营销 | H | | | | | H | | | M |
| 新零售管理 | H | | | | | H | | | M |
| 直播营销 | H | | | | | H | | | M |
| “一试三证”培训(市场营销) | H | | M | M | | | H | | L |
| 综合实训 | | | | M | | | | M | |
| 专业实践 1 | H | | | M | | | H | | H |
| 专业实践 2 | H | | | M | | | H | | H |

| | | | | | | | | | |
|----------|---|---|--|---|---|---|--|--|---|
| 毕业实习 | H | L | | H | M | M | | | H |
| 毕业论文（设计） | H | L | | H | M | M | | | H |

注：以关联度标识，课程与某个毕业要求的关联度，根据该课程对应毕业要求的支撑强度来定性估计，H:表示关联度高；M:表示关联度中；L:表示关联度低。

三、学制

本专业基本学制为2学年，可实行2-4年弹性学制。申报获批创新创业休学、应征参加中国人民解放军（含中国人民武装警察部队）的学生，最长修业年限为6年。

四、毕业与学位授予

学生修满培养方案规定的学分，且修满应用素质学分及第二课堂学时，经考核成绩全部合格，由学校颁发本科毕业证书。符合学士学位授予办法规定的，授予管理学学士学位。

五、专业课程结构与学分要求

表3 课程结构与学分表

| 课程类型 | | 学分 |
|----------|-------|----|
| 通识教育课程 | 必修 | 21 |
| | 选修 | 2 |
| | 合计 | 23 |
| 学科专业基础课程 | 合计 | 18 |
| 专业核心课程 | 专业必修课 | 17 |
| | 专业选修课 | 6 |
| | 合计 | 23 |
| 综合实践课程 | 合计 | 16 |
| 总计 | | 80 |

六、课程设置与学分学时分布

（一）通识教育课程

| 课程号 | 课程名称 | 学分 | 总学时 | 总学时分配 | | | 开课学期 | 课程性质 | 考核方式 |
|---------|--------------------|----|-----|-------|----|----|------|------|------|
| | | | | 理论 | 实验 | 实践 | | | |
| P01002Z | 中国近现代史纲要 | 3 | 54 | 45 | 0 | 9 | 1 | 必修 | 考试 |
| P01004Z | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 54 | 45 | 0 | 9 | 2 | 必修 | 考试 |

| | | | | | | | | | |
|----------|-----------------------------------|----|-----|-----|---|-----|-----|----|----|
| P01005Z | 马克思主义基本原理 | 3 | 54 | 45 | 0 | 9 | 2 | 必修 | 考试 |
| P01007Z | 形势与政策 | 2 | 64 | 64 | 0 | 0 | 1-4 | 必修 | 考查 |
| X01005Z | 国家安全 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考查 |
| X01004Z | 劳动教育 | 2 | 36 | 18 | 0 | 18 | 2-4 | 必修 | 考查 |
| X01008Z | 大学美育 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考查 |
| H01009Z | 大学英语精读 3 | 1 | 36 | 36 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考试 |
| H01009ZS | 听说训练 3 | 1 | 36 | 0 | 0 | 36 | 1 | 必修 | 考试 |
| H01010Z | 大学英语精读 4 | 1 | 36 | 36 | 0 | 0 | 2 | 必修 | 考试 |
| H01010ZS | 听说训练 4 | 1 | 36 | 0 | 0 | 36 | 2 | 必修 | 考试 |
| 通识选修 1 | 四史教育；行业前沿； 创新创业；文化素养。 (四选二) | 1 | 18 | 18 | 0 | 0 | 1-4 | 选修 | 考查 |
| 通识选修 2 | | 1 | 18 | 18 | 0 | 0 | 1-4 | 选修 | 考查 |
| 小计 | | 23 | 514 | 397 | 0 | 117 | | | |

(二) 学科专业基础课程

| 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 学时分配 | | | 开课学期 | 课程性质 | 考核方式 |
|-----------|--------------|----|-----|------|----|----|------|------|------|
| | | | | 理论 | 实验 | 实践 | | | |
| C01002ZS | 数据库应用基础 | 2 | 54 | 18 | 36 | 0 | 1 | 必修 | 考试 |
| M00001Z-3 | 管理学 | 3 | 54 | 54 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考试 |
| M00002Z | 市场营销学 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考试 |
| M00002ZS | 市场营销学实验 | 1 | 18 | 0 | 18 | 0 | 1 | 必修 | 考查 |
| M00003Z-3 | 经济法 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考试 |
| C04001Z | 统计学原理 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 3 | 必修 | 考试 |
| C04001ZS | 统计软件操作与分析 | 1 | 18 | 0 | 18 | 0 | 3 | 必修 | 考查 |
| E00004Z | 西方经济学 | 4 | 72 | 72 | 0 | 0 | 1 | 必修 | 考试 |
| M02004Z | 毕业专题讲座(市场营销) | 1 | 18 | 18 | 0 | 0 | 3 | 必修 | 考查 |
| 小计 | | 18 | 342 | 270 | 72 | 0 | | | |

(三) 专业核心课程

1. 专业必修课

| 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 学时分配 | | | 开课学期 | 课程性质 | 考核方式 |
|----------|-----------|----|----|------|----|----|------|------|------|
| | | | | 理论 | 实验 | 实践 | | | |
| M01021Z | 战略管理 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 2 | 必修 | 考试 |
| M02007ZS | 电子商务理论与实验 | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | 2 | 必修 | 考查 |
| M02005Z | 市场调查与预测 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 3 | 必修 | 考试 |
| M02005ZS | 市场调查与预测实训 | 1 | 18 | 0 | 0 | 18 | 3 | 必修 | 考查 |
| M02010Z | 消费者行为学 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 2 | 必修 | 考试 |
| M02009Z | 品牌管理 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 3 | 必修 | 考查 |

| 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 学时分配 | | | 开课学期 | 课程性质 | 考核方式 |
|----------|-------------|----|-----|------|-----|----|------|------|------|
| | | | | 理论 | 实验 | 实践 | | | |
| M02013Z | 整合营销传播 | 2 | 36 | 18 | 18 | 0 | 3 | 必修 | 考查 |
| M01009ZS | 企业资源计划理论与实验 | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | 3 | 必修 | 考查 |
| M02024ZS | 数字营销(共建) | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | 3 | 必修 | 考查 |
| 小计 | | 17 | 306 | 162 | 126 | 18 | | | |

2. 专业选修课

| 课程号 | 课程名称 | 学分 | 总学时 | 总学时分配 | | | 开课学期 | 课程性质 | 考核方式 |
|-------------|--------------------|----|-----|-------|----|----|------|------|------|
| | | | | 理论 | 实验 | 实践 | | | |
| 职业素养模块（7选1） | | | | | | | | | |
| M02031Z | 演讲与口才训练 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 2 | 选修 | 考查 |
| M02017Z | 礼仪文化与有效沟通 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M03022Z | 企业行政管理实务 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M03021Z | 职业生涯管理 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M05006Z | 危机管理 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M02015Z | 营销职业素养 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M03023ZS | 简历制作与面试指导 | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | | 选修 | 考查 |
| 信息素养模块（4选1） | | | | | | | | | |
| M01016Z | 市场营销大数据管理 与应用 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 2 | 选修 | 考查 |
| M02020Z | 人工智能营销 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M02021ZS | 营销数据挖掘与分析 | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M02019ZS | 新媒体运营(共建) | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | | 选修 | 考查 |
| 专业特色模块（7选1） | | | | | | | | | |
| M02023Z | 营销心理学 | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | 3 | 选修 | 考查 |
| M02015Z | 营销策划(共建) | 2 | 36 | 18 | 0 | 18 | | 必修 | 考查 |
| M02014Z | 客户关系管理 | 2 | 36 | 18 | 18 | 0 | | 必修 | 考试 |
| M02026Z | 新媒体营销 | 2 | 36 | 18 | 18 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M02025Z | 新零售管理 | 2 | 36 | 18 | 0 | 18 | | 选修 | 考查 |
| M02028ZS | 直播营销 | 2 | 36 | 0 | 36 | 0 | | 选修 | 考查 |
| M02032Z | “一证三证”培训 (市场营销) | 2 | 36 | 36 | 0 | 0 | | 选修 | 考试 |
| 小计 | | 6 | 108 | | | | | | |

（四）综合实践课程

| 课程号 | 课程名称 | 学分 | 总学时 | 开课学期 | 课程性质 | 考核方式 |
|---------|-------|----|-----|------|------|------|
| X02001Z | 综合实训 | 2 | 36 | 3 | 必修 | 考查 |
| M01002Z | 专业实践1 | 2 | 36 | 2 | 必修 | 考查 |

| | | | | | | |
|---------|----------|----|----|---|----|----|
| M01003Z | 专业实践 2 | 2 | 36 | 3 | 必修 | 考查 |
| X03001Z | 毕业实习 | 4 | 8w | 4 | 必修 | 考查 |
| X03002Z | 毕业论文（设计） | 6 | | 4 | 必修 | 考查 |
| 小计 | | 16 | | | | |

七、应用素质拓展

本专业要求学生毕业时，应修满应用素质学分 4 学分，具体获取应用素质学分的方式和程序按照《蚌埠工商学院学生应用素质学分实施办法》执行。