

市场营销专业人才培养方案

一、培养目标

本专业旨在培养德、智、体全面发展，系统掌握市场营销的专业理论知识，具有较强的市场分析、营销策划和营销管理能力；能够在制造企业、各类服务企业以及非营利性部门，从事市场调研、需求与竞争分析，并以此为基础进行市场预测、运营决策、广告策划、品牌管理、渠道管理等工作的高素质应用型人才。

二、基本业务规格

1. 具有良好的道德修养、心理素质和健康体魄；
2. 掌握营销学原理、市场调研、销售过程和人员管理、营销战略等核心理论，熟悉我国有关市场营销的政策、法规，了解国际市场营销的惯例和规则；
3. 掌握定性、定量的市场调研方法，理解企业的营销战略，初步具备目标市场选择、区域市场开拓、销售团队管理、公共关系策略、互联网营销策划等的执行能力，具备从事营销职业的专业技能和人际技能；
4. 深入理解一般管理和专业营销领域的知识，具备批判性思考和综合分析的能力，能够运用一系列专业知识和技能评估现实问题和提出解决方案；
5. 具备较熟练的英语听、说、读、写、译能力，能借助工具书阅读本专业及相关专业的英文书刊，达到 **CET-4** 水平；
6. 比较熟练地掌握计算机和互联网应用技术，达到浙江省高校非计算机专业计算机二级水平。

三、基准学制 四年

四、授予学位 管理学学士

五、主干学科 管理学、经济学

六、核心课程

经济学、管理学、营销管理、消费者行为学、广告策划与管理、网络营销、服务营销与管理、市场研究、品牌管理、当代营销实践。

七、课程设置及学分要求

本专业毕业最低学分为 160 学分。基础课程 57 学分,其中公共必修课程 47 学分,公共选修课程 10 学分; 核心课程 39 学分; 模块课程 54 学分, 其中专业模块必修课程 38 学分, 专业模块限修课程 8 学分, 跨专业选修模块课程 8 学分; 素质拓展课程 10 学分。

市场营销专业教学安排表

课程类别	课程代码	课程名称	学分构成			周学时构成		学期	备注
			总学分	理论	实践	理论	实践		
基础课程	1J10615	思想道德修养与法律基础 Ideological and Moral Cultivation and Law Foundation	2	2		2		1	必修 47 学分
	1J10805	中国近现代史纲要 Outline of Modern Chinese History	1	1		1		2	
	1J10935	马克思主义基本原理概论 Overview of Basic Principles of Marxism	2	2		2		3	
	1J10965	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 Mao Zedong Thoughts and Chinese Characteristic Socialism System	4	4		4		4	
	1J10061	大学英语 1 College English 1	3	3		4		1	
	1J10074	大学英语 2 College English 2	4	4		5		1	
	1J10081	大学英语 3 College English 3	3	3		4		2	
	1J10097	大学英语 4 College English 4	4	4		5		2	
	1J11215	大学生心理健康教育 Psychological Health Education	1	1		1		2	
	1J10887	体育与健康 1 Physical Training and Health 1	1.5		1.5		2, 2	1-2	
	1J10897	体育与健康 2 Physical Training and Health 2	1.5		1.5		2, 2	3-4	
	1J10905	体育与健康 3 Physical Training and Health 3	0.5		0.5		1	5	
	1J10915	体育与健康 4 Physical Training and Health 4	0.5		0.5		1	6	
	1H12996	计算机应用基础 Foundations of Computer Application	2	1	1	1	1	1	
	1H10104	VFP 程序设计 Visual FoxPro Programming	3	1	2	1	2	2	
	1J10675	高等数学 E (上) Advanced Mathematics E 1	3	3		3		1	
	1J10685	高等数学 E (下) Advanced Mathematics E 2	3	3		3		2	
	1B11615	应用统计学 Applied Statistics	3	2	1	2	1	5	
	1H10865	线性代数 Linear Algebra	2	2		2		2	
	1H10253	概率论与数理统计 Probability Theory and Mathematical Statistics	2	2		2		3	
1A17865	市场营销专业导论 Introduction to Marketing Profession	1	1		1		1		

课程类别	课程代码	课程名称	学分构成			周学时构成		学期	备注
			总学分	理论	实践	理论	实践		
基础课程		公共选修课程(建议本专业学生修读自然科学类课程不少于1门,心理健康教育相关课程必修1学分。)	10	10				2-6	选修10学分
	合计		57	49	8	43	14		
核心课程	1A12355	经济学 Economics	4	4		4		2	必修39学分
	1A10257	管理学 Management Science	4	4		4		3	
	1A13919	营销管理 Marketing Management	5	5		5		3	
	1A16489	消费者行为学 Theory of Consumer Behaviors	4	4		4		3	
	1A19217	广告策划与管理 Advertising Planning and Management	4	4		4		3	
	1A15565	网络营销 Web-Marketing	3	3		3		4	
	1A16507	服务营销与管理 Service Marketing and Management	4	4		4		4	
	1A13908	市场研究 Marketing Research	4	4		4		4	
	1A17395	品牌管理 Trademark Management	3	3		3		4	
	1A17345	当代营销实践 Mordern Marketing Practice	4	4		4		5	
	合计		39	39	0	39	0		
模块课程	1A10245	管理信息系统 Management Information System	3	3		3		3	必修38学分
	1A10825	商务英语 Business English	2	2		2		4	
	1A12075	人力资源管理 Human Resource Management	2	2		2		5	
	1A10585	会计学 Accounting	3	3		3		5	
	1A17411	销售管理 Selling and Sales Management	2	2		2		6	
	1A17385	团队管理与沟通 Team Management and Communication	4	4		4		6	
	1A19237	市场营销模拟实验 Simulated Experiment of Marketing	2		2		2周	3	
	1A14745	市场调研 Narket Research	1		1		1周	4	
	1A21445	互联网营销实验 Internet Marketing Experiment	1		1		1周	4	
	1A19245	营销风险管理实验 Simulated Experiment of Marketing Risk Management	1		1		2周	5	
	1A21455	营销实习 Marketing Practice	1		1		2周	6	

课程类别	课程代码	课程名称	学分构成			周学时构成		学期	备注
			总学分	理论	实践	理论	实践		
模块课程	1A19445	跨专业综合实训 Integrated Training of Across-professions	4		4		2周	7	
	1A10055	毕业实习与毕业论文 Graduation Practice and Graduation Thesis	12		12		9周 16周	7-8	
	1A10525	国际市场营销 Principles of International Marketing	2	2		2		5	国际营销模块限修8学分
	1A12915	国际物流管理 International Materials Circulation Management	3	2+1		2+1		6	
	1I10765	跨境电商运营管理 Practice of Cross Border E-commerce	3	2+1		2+1		7	
	1I10715	电子商务基础与应用 E-commerce Foundation and Application	3	2+1		2+1		5	网络营销模块限修8学分
	1A21433	电商平台运营与管理 Operation and Management of E-business Platform	2	2		2		6	
	1I10735	网络交易与贸易 Network Transactions and Trading	3	3		3		7	
	1J11915	创业与人文素质 Entrepreneurship and humanistic quality	2	1	1	1	1	3	选修8学分
	1J11655	创新思维训练 Creative Thinking Training	2	1	1	1	1	4	
	1A11185	组织行为学 Organizational Behavior	2	2		2		5	
	1A14725	生产与运作管理 Production and Operation Management	2	2		2		5	
	1A18483	门店运营与管理 Store Business and Management	2	2		2		5	
	1J11935	创业管理与实践 Entrepreneurship Management and Practice	2	1	1	1	1	6	
	1A13225	财务分析 Financial Statement Analysis	2	2		2		6	
	1A21403	营销策划实务 Practice of Marketing Planning	2	2		2		6	
	1A21465	分销渠道管理 Marketing Channels Management	2	2		2		6	
	1B10355	经济法 Economic Law	2	2		2		6	
	1A10787	企业战略管理 Corporate Strategic Management	3	3		3		7	
	1A12025	商务礼仪 Business Etiquette	2	2		2		7	
	合 计	54	29	25	32	35周			

课程类别	课程代码	课程名称	学分构成			周学时构成		学期	备注
			总学分	理论	实践	理论	实践		
素质拓展课程	1J10827	形势与政策 Current Situation and Policy	2	2		共 14 次讲 座		1-6	必修 5 学分
	1J10205	国防教育 National Defense Education	1		1		1 周	1	
	1J10975	职业发展与规划 Career Development and Planning	1	1		1 周		2	
	1J10985	职业素养提升与就业指导 Professional Quality Development and Employment Guidance	1	1		平时		3-7	
	1J10855	专业素质拓展 Professional Quality Development	5		5				
	合 计			10	4	6	1 周	1 周	
总 计			160	121	39	114+1 周	14+36 周		

说明： 1.每学分对应 16 学时。2.《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》课程增加每周 2 课时的实践教学环节，《思想道德修养与法律基础》、《中国近现代史纲要》、《马克思主义基本原理概论》课程增加每周 1 课时的实践教学环节，3.“学时+学时”或“学分+学分”形式表示的“+”后面的学时表示该课程学生自主学习学时。

市场营销专业核心课程简介

1A12355 经济学

学分：4.0

预修课程：高等数学

内容简介：通过本课程的学习，使学生对西方经济学理论中的基本原理、基本知识以及这些理论、知识在经济发展中的运行机制和方法、调控的手段等有较全面的认识和理解；使学生学会观察和分析经济运行中所需的环境、条件及可能出现的问题的正确方法，培养学生辨析经济理论和解决经济发展中实际问题的能力。

推荐教材：《西方经济学》（第六版），高鸿业主编，中国人民大学出版社，2014年

1A10257 管理学

学分：4.0

预修课程：经济学

内容简介：本课程主要研究管理活动的一般性原理与方法，通过讲授管理职能、管理的性质、作用，管理思想和管理理论的发展，管理的基本原理和方法，环境研究、决策理论以及计划、组织、领导与控制等主要管理职能，为市场营销专业的学生传授系统全面的管理理论和方法，同时不断结合中国企业改革实践的发展进行研究和创新，引导学生从管理的视角思考现实中存在的问题，为学生后续专业课程的学习打下良好的基础。

推荐教材：《管理学》，黄力远著，机械工业出版社，2011年

1A13919 营销管理

学分：5.0

预修课程：市场营销专业导论

内容简介：通过本课程的学习，使学生掌握市场营销的思想、基本理论、基本内容、基本程序和基本方法，了解我国市场营销发展的现状，并知道如何把这些所学的知识运用于营销实战和生活的有关方面。

推荐教材：《营销管理》（第14版 全球版），菲利普·科特勒、凯文·莱恩·凯勒著，王永贵等译，中国人民大学出版社，2012年

1A16489 消费者行为学

学分：4.0

预修课程：无

内容简介：消费者行为学是一门建立在经济科学、行为科学、管理科学和现代科学技术基础之上的应用学科。消费者行为学的研究对象是个人和家庭为满足生活需要所从事的

以购买为中心的决策活动过程及其规律性，其研究内容具有综合性、应用性。在现代市场经济条件下，消费者行为学不仅广泛应用于企业、政府和非营利组织，而且逐渐应用于微观、中观和宏观三个层次，涉及社会经济生活的各个方面。通过本课程的教学，可使学生系统地掌握消费者行为的基本理论、知识、技能和方法，了解消费者决策行为过程的规律，为有效制定市场营销战略和策略、组织和控制市场营销活动打下坚实的基础。

推荐教材：《消费者行为学》（英文原书第12版），（美）德尔·I·霍金斯著，符国群译，机械工业出版社，2014年

1A19217 广告策划与管理 学分：4.0

预修课程：经济学

内容简介：本课程是市场营销本科专业的核心课程。本教学大纲适用于市场营销本科专业。开设本课程的目的是通过研究学习掌握广告战略战术如调研分析方法、策划方法、促销方法等，提高学生广告实务运作的操作性与应用性。课程的任务是，使学生了解广告与策划活动的基本内容，认识广告与策划活动的基本特点，熟悉基本的广告专业术语，掌握广告调查、广告策划、广告实务运作的基本原理与基本程序，为进一步深入学习和掌握市场营销专业理论与技能打下良好基础。

推荐教材：《广告策划与管理 原理 案例与项目实训》，杨佐飞主编，北京大学出版社，2014年

1A15565 网络营销 学分：3.0

预修课程：营销管理

内容简介：网络营销是一门以需求、行为研究为核心的学科，让学生学会如何利用互联网提供的各种现代信息技术来进行这种研究，如何利用互联网来影响、管理顾客的需求和行为。本课程作为工商管理及其相关专业学习课程，其教学目的是使学生初步掌握在网络空间中开展营销活动所应掌握的基本理论和技能。作为一种基于互联网的营销活动，互联网为网络营销提供了一系列新的方法和工具，主要表现为新的市场调研、客户管理、沟通方法和技术手段。

推荐教材：《网络营销》（第7版），朱迪·斯特劳斯、雷蒙德·弗罗斯特著，时启亮、陈育君译，中国人民大学出版社，2015年

1A16507 服务营销与管理 学分：4.0

预修课程：营销管理、消费者行为学

内容简介：本课程旨在专门研究服务业市场营销的普遍规律和策略技巧，以帮助市场营销专业大学本科高年级学生拓宽市场营销知识面，提高他们的服务能力和服务水平，增强他们对我国社会主义市场经济发展中服务业发展与新的服务业产生而出现营销问题的分析和处理能力。

推荐教材：《服务营销管理》（第三版），郭国庆主编，人民大学出版社，2013年

1A13908 市场研究 学分：4.0

预修课程：管理学

内容简介：本课程的具体教学目标定位为：培养具有市场调查与管理研究综合技能的应用型人才。市场研究作为一门培养经济、管理相关专业学生从事市场调查分析与预测工作能力的基础课程，同时为各专业学生后续的专业课程学习和毕业论文的撰写奠定了基础。

推荐教材：《市场研究——理论与基于项目的实训》，郑长娟主编，经济科学出版社，201年

1A17395 品牌管理 学分：4.0

预修课程：市场营销专业导论、管理学、营销管理

内容简介：品牌管理是一门建立在市场营销学和现代管理理论基础上的应用性边缘学科。主要研究以满足消费者需求为中心的企业品牌营运与管理活动及其规律性。通过本课程的教学，可以使建立起品牌管理意识，树立市场营销观念，比较全面系统地掌握品牌管理的基本理论和基本方法；提高学生解决问题、分析问题的能力以及适用社会的能力；培养和提高正确分析和解决品牌营运与管理管理问题的能力，以便学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要；培养学生的知识应用能力、决策能力以及创新能力，有效地迎接 21 世纪社会经济发展中将要面临的新问题和新挑战。

推荐教材：《品牌管理》，余伟萍主编，清华大学出版社，2007年

1A17345 当代营销实践 学分：4.0

预修课程：营销管理、消费者行为学

内容简介：本课程属于市场营销专业的专业课（或叫方向课），也是该专业的必修课。本课程强调实战能力的培养，通过本课程的学习，不但巩固学生所学过的市场营销的各

项基本内容和技能以及相关课程的内容（包括财务分析、人力资源、管理统计等），而且提高他们的营销实战能力，包括营销决策、营销计划方案的撰写、营销方案的陈述等能力。此外，本课程的学习也为他们撰写毕业论文和毕业就业打下基础。

推荐教材：《营销管理案例》，吴晓云主编，天津大学出版社，2008年

市场营销专业模块介绍

国际营销模块：近年来，许多高校的营销专业设置了国际营销方向或模块，为了突出本专业国际营销模块的特色，本着错位竞争的理念，我们试图在以下三个方面凸显自己的特色：

(1) 结合地区产业背景，突出区域经济特征。由于本专业的生源以浙江为主，而且即便是外省生源，毕业就业去向也以浙江为主，尤其是杭州、宁波和温州；而不管是杭州，还是宁波和温州，外向型经济占据较高比重，因此，本国际营销模块立足于这一产业背景，以建立稳固的产业支撑。

(2) 结合主导产业，突出产业特征。在可预见的将来，在杭州、宁波、温州一带，服装针织、汽车零配件、电子产品、机械制造等行业需要大量的国际营销人才，因此，本模块试图通过本地案例分析、企业实习等形式，要求学生深刻掌握各个相关行业的国际产业背景，把国际营销嵌入全球化的产业背景。

(3) 强调技术手段的使用。近年来，微信营销、网络营销等推广手段得到广泛的运用，企业也需要大量的这方面的人才。为了突出优势，本模块整合本校兄弟专业——信息管理等专业强大的技术优势，努力培育学生的信息技术技能，打造硬能力。

网络营销模块：近年来，不但是各高校的营销专业，而且还有计算机、电信管理等专业设置了营销策划模块。为了突出本专业网络营销模块的特色，本着错位竞争的理念，我们试图在以下几个方面凸显自己的特色：

(1) 技术驱动，强调技术手段的应用。近年来，微信营销、网络营销等推广手段得到广泛的运用，企业也需要大量这方面的人才。但是，从实际情况来看，许多学校忽略了微信营销等手段背后的技术支撑，使得培育出来的毕业生仅仅停留在公众号、企业号的简单发布和编辑。因此，为了突出优势，本模块着力培育学生的信息技术技能，比如基本的编程能力，以打造硬实力。

(2) 市场驱动，紧紧贴近市场需求。在可预见的将来，跨境电商是宁波区域经济的热点，与跨境电商相关的网络营销人才非常缺乏，因此，本模块重视跨境电商基础能力的培育，把网络营销与跨境电商紧密结合，培育嵌入跨境电商的营销人才。

(3) 专业驱动。近年来，随着网络营销的兴起，许多高校非营销类专业也设置了网络营销模块，但是，由于缺乏专业技能（比如市场调研）的支撑，局限性非常明显。因此，为了突出优势，本模块定位于营销专业的网络营销模块，即强调模块的专业性。为此，本模块在培育学生信息技术的同时，着力营销综合技能和专业技术的应用，避免主次颠倒。