

国际商学院

市场营销专业（数智化全球营销方向）培养方案

专业代码：120202

专业名称：市场营销专业（数智化全球营销方向）

所属学科：工商管理

培养目标

本专业旨在培养德、智、体、美、劳全面发展，适应国家战略和社会经济发展需要，具备扎实的市场营销学专业知识和商务英语基础，具有较强的创新精神和实际操作能力，适合在各类企业中从事营销及营销管理工作，擅长全球营销和数字化营销的国际化、复合型、高素质专门人才。

本专业学生能够从营销管理理论的学习中，掌握科学营销决策所需要的知识和方法；能够从实验课和含实践项目课程的体验中，习得在真实的企业营销场景下解决问题的能力 and 团队协作能力；能够从数字化、智能化赋能营销管理相关课程的思考中，培养战略思维和创新意识。学生毕业后不仅能够快速适应职业和岗位要求，而且能够通过主动、持续的学习和创新性的实践来实现个人成长并贡献于国家建设。

本专业毕业预期达到以下目标：

培养目标 1：具有良好的思想道德素质、科学文化素质、身心素质。

培养目标 2：系统掌握营销学科的基础知识、科学研究和决策方法，了解营销管理领域的前沿和趋势。

培养目标 3：具有分析和解决营销及营销管理实际问题的能力，能够胜任营销调研、策划和实施市场开拓项目的任务。

培养目标 4：具备一定的创新性思维和创新能力，能够通过创新实践、自我学习和终身学习，不断提升学养，能应对快速多变的外部环境。

培养目标 5：熟练掌握至少一门外语，具有国际视野和跨文化交流能力，能胜任国际化的营销工作。

培养目标 6：能够恰当应用现代信息技术手段识别、分析和解决营销管理的问题。

二、课程学分要求

1. 课程学分为 146 学分

课程类别	课程组	课程子模块	学分
通识课程 (14 学分)	核心通识课程	“四史”教育与国家治理	4
		文化遗产与经典选读	
		世界文明与全球视野	
		文学修养与艺术鉴赏	
		科技进步与科学精神	
	选修通识课程	美育	2
		文学与写作	8

课程类别	课程组	课程子模块	学分
		文化与历史	
		哲学与心理学	
		社会科学	
		自然科学	
		劳动	
通修课程 (73 学分)	新生研讨课		1
	政治理论与思想品德		19
	英语 (20 学分)	语言技能	不低于 10 学分
		其他	
	体育与健康		4
	数学	B 类	16
	信息技术基础		6
	经管法基础 (5 学分)	经济类	
		管理类	
		国际组织类	
		法学类	
	职业发展与创新创业		2
专业课程 (59 学分)	学科基础课程 (41 学分)	必修课	29
		选修课	12
	专业方向课程	必修课	18

2. 暑期学校课程

要求修读不少于 2 门暑期学校课程。

三、学制与授予学位

学制四年，实行学分制下的弹性学习年限，3-6 年内修满学分可以毕业。学生修满毕业所应取得的最低总学分为 174 学分，其中包括课程学分和实践教学学分，达到毕业要求后，发给毕业证书；其中符合国家学位条例学士学位授予条件的学生，授予管理学学士学位。

四、毕业要求

4.1 素质要求

4.1.1 思想道德素质。努力学习马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想，确立在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路、实现国家繁荣昌盛的共同理想和坚定信念。遵守宪法、法律和法规，遵守公民道德规范，遵守《高等学校学生行为准则》，遵守学校管理制度，具有良好的道德品质和文明习惯。树立诚信意识，遵守商业道德，具有社会责任感，践行社会主义核心价值观。

4.1.2 身心素质。具有健康的体魄，体育达标。具有良好的心理素质、较强的自我控制 and 自我

调节能力。

4.1.3 科学文化素质。具有一定的科学知识与科学素养；具备一定的文学、艺术素养和鉴赏能力；对传统文化与历史有一定了解；了解本国和世界历史，了解国情社情民情。

4.2 知识要求

4.2.1 基础知识。熟悉经济学、管理学、营销学和信息技术等学科领域的基础知识，为学习专业课程奠定基础。

4.2.2 工具知识。熟练使用计算机；熟练运用现代信息管理技术和统计分析软件进行专业文献检索、分析和处理数据、辅助制定营销决策，以及撰写专业论文和研究报告。

4.2.3 专业知识。牢固掌握营销学科的基础知识和基本理论；熟悉定性和定量的研究方法与决策方法；了解营销管理领域的最新动态和发展趋势。

4.2.4 创新创业与职业发展知识。了解创新创业与职业发展的相关知识。

4.3 能力要求

4.3.1 通识能力

具有国际视野和跨文化能力，了解国际企业界在营销方面的惯例与规则，关注全球性问题，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性；具有良好的沟通表达与交际能力，能够通过口头和书面表达方式与商务伙伴和社会公众进行有效的沟通与交际；具有团队合作能力，能够与团队成员和合作伙伴协调合作，高效达成团队目标；熟练使用计算机从事业务工作的能力；具有批判性思维能力；能够掌握有效的学习方法，主动进行终身教育和终身学习，适应营销管理理论实践快速发展的客观情况，与时俱进。

4.3.2 专业能力

能够在营销和营销管理实践中灵活运用所掌握的专业知识；能够运用营销学科的理论和方法解决营销中的实际问题；能够运用批判性思维发现、辨析和评价营销管理领域的问题，表达个人见解和处理实际问题；具备一定的科学研究能力。

4.3.3 创新创业能力

具备创新精神、创业意识和创新创业能力。能够把握企业营销和营销管理领域发展的趋势，学以致用，创造性地解决实际问题。具有专业敏感性，在激烈国内外市场竞争中敢于创新，善于创新。

4.3.4 职业发展与社会能力

拥有认识职业、收集信息、选择职业、自我分析、职业决策和设计职业发展的能力，并能对职业生涯进行合理科学的规划；能针对职业发展合理制定学习计划，具备适应职业未来发展需求的能力；具有运用已有知识经验对他人的心理状态、行为动机和意志做出推测和判断的社会认知能力；具备在社会更好生存以及与社会达到和谐状态所需的社交能力、处事能力、人际关系能力以及用道德规范约束自己的社会适应能力。

表 1. 毕业要求与培养目标支撑矩阵表

培养目标 毕业要求	培养目标 1	培养目标 2	培养目标 3	培养目标 4	培养目标 5	培养目标 6
毕业要求 4.1.1	H	L	L	L	L	L
毕业要求 4.1.2	H	L	L	L	M	L
毕业要求 4.1.3	H	M	M	M	L	M
毕业要求 4.2.1	L	H	H	M	M	L
毕业要求 4.2.2	L	H	H	H	M	H

培养目标 毕业要求	培养目标 1	培养目标 2	培养目标 3	培养目标 4	培养目标 5	培养目标 6
毕业要求 4.2.3	M	H	H	H	M	M
毕业要求 4.2.4	L	L	L	M	H	M
毕业要求 4.3.1	H	M	H	M	H	H
毕业要求 4.3.2	M	H	H	H	M	M
毕业要求 4.3.3	L	L	M	H	L	M
毕业要求 4.3.4	M	L	L	H	M	L

注：毕业要求与培养目标的支撑关系分别用“H”（高）、“M”（中）、“L”（弱）表示。H 至少覆盖 80%，M 至少覆盖 50%，L 至少覆盖 30%。

五、通识通修课程选修要求（专业入门课程）

修读本专业的学生，在通识通修课中必须修读以下课程：

课程分类	课程代码	课程名称	学时	学分	学期	备注
数学（B 类）	MAT108	高等数学（一）	64	4	1	必修课
	MAT109	高等数学（二）	64	4	2	必修课
	CMP104	线性代数	64	4	2	必修课
	CMP206	概率论与数理统计	64	4	3	必修课
经管法	ECON108	经济学导论	32	2	1	必修课
	IFI416	计量经济学	48	3	4-5	必修课
	ECON301					

六、主要课程³¹

课程分类	课程代码	课程名称	学时	学分	学期	备注
学科基础	ECON109	微观经济学	48	3	2	必修课
	ACC212	财务会计	48	3	2	必修课
	ECON110	宏观经济学	48	3	3	必修课
	MGT215	管理学原理	48	3	3	必修课
	MKT206	营销学原理	32	2	3	必修课
	ACC304	公司理财	48	3	3	必修课
	MGT323	商务调研	48	3	4	必修课
专业方向	MKT202	消费者行为	32	2	4	必修课
	MKT315	智慧营销	32	2	5	必修课
	MKT310	全球营销	32	2	6	必修课

31 《对外经济贸易大学学士学位授予办法》要求以下主要课程平均绩点达到 2.00 方可授予学士学位。

七、主干课程

必须修满表内前六学期主干课学分，作为申请推免生基本条件之一。

课程分类	课程代码	课程名称	学时	学分	学期	备注
数学 B 类	MAT108	高等数学（一）	64	4	1	必修课
	MAT109	高等数学（二）	64	4	2	必修课
	CMP104	线性代数	64	4	2	必修课
	CMP206	概率论与数理统计	64	4	3	必修课
学科基础	ACC212	财务会计	48	3	2	必修课
	ECON109	微观经济学	48	3	2	必修课
	MGT215	管理学原理	48	3	3	必修课
	ECON110	宏观经济学	48	3	3	必修课
	MKT206	营销学原理	32	2	3	必修课
	MGT302	组织行为学	32	2	3	必修课
	ACC304	公司理财	48	3	3	必修课
	MGT219	商务数据分析	48	3	4	必修课
	MGT323	商务调研	48	3	4	必修课
	MKT207	营销实验	16	1	4	必修课
	MGT421	商业伦理	16	1	4-5	必修课
	MGT429	创业管理	32	2	5	必修课
专业方向	MKT202	消费者行为	32	2	4	必修课
	MKT210	品牌管理	32	2	4	必修课
	MKT318	数字营销沟通	32	2	4	必修课
	MKT214	营销定量模型	32	2	5	必修课
	MKT311	服务营销	32	2	5	必修课
	MKT314	营销渠道	32	2	5	必修课
	MKT315	智慧营销	32	2	5	必修课
	MKT310	全球营销	32	2	6	必修课

八、毕业要求实现矩阵

根据必修课程对各项毕业要求的支撑强度分别用“H（高）、M（中）、L（弱）”表示。支撑强度的含义是指该课程覆盖毕业要求指标点的多寡，其中“H”至少覆盖 80%，“M”至少覆盖 50%，“L”至少覆盖 30%。

表 2. 必修课程体系与市场营销专业毕业要求的关联度矩阵

市场营销专业（数智化全球营销方向）毕业要求与课程的对应关系矩阵

课程性质	课程	毕业要求 1			毕业要求 2				毕业要求 3			
		1-1	1-2	1-3	2-1	2-2	2-3	2-4	3-1	3-2	3-3	3-4
专业入门课程	高等数学（一）	L	M	H	H	H	M	M	H	H	H	M
	高等数学（二）	L	M	H	H	H	M	M	H	H	H	M
	线性代数	L	M	H	H	H	M	M	H	H	H	M
	概率论与数理统计	L	M	H	H	H	M	M	H	H	H	M
	经济学导论	M	M	H	H	H	M	M	H	H	M	H
	计量经济学	M	M	H	H	H	M	M	H	H	M	H
学科基础课程	微观经济学	L	L	M	H	L	M	L	L	M	M	L
	财务会计	L	L	M	H	L	M	M	L	M	M	L
	宏观经济学	L	L	M	H	L	M	L	L	M	M	L
	管理学原理	L	L	M	H	L	H	M	M	H	M	L
	营销学原理	M	L	M	H	L	H	M	M	H	M	L
	商务调研	M	L	M	H	M	H	L	M	H	M	L
	商业伦理	H	L	M	M	L	M	M	L	L	L	M
专业方向课程	全球营销	L	L	M	H	L	H	L	M	H	M	L
	智慧营销	L	L	M	H	M	H	M	L	H	M	L
	消费者行为	L	L	M	H	L	H	L	M	H	L	M
	数字营销沟通	L	L	H	H	M	H	M	M	H	M	L
	营销定量模型	L	L	M	H	H	H	L	M	H	M	L
	品牌管理	L	L	M	H	L	H	L	M	H	M	L
	服务营销	L	L	M	H	L	H	L	M	H	M	L
	营销渠道	L	L	M	H	L	H	L	M	H	M	L

九、实践教学环节

实践育人体系包括：军事理论及训练、实验（上机）模块、实习（实训）模块、论文（设计）模块和科研创新实践活动模块；具体分布在教学环节和二课堂环节。

1. 实践教学学分为 28 学分

项目		总学分
社会实践	军事技能	2
	社会调查	2
	其他实践	1
专业实习	认知实习	1
	岗位实习	4

项目		总学分
实验课	独立开设的实验课	10
	课内实验	
劳动教育		2
毕业论文		6
合计		28

(1) 学生必须完成学校要求的实践教学环节，取得相应学分。

(2) 军政训练由武装部通过军训、军事理论学习等方式安排。社会调查和其他实践活动由团委负责安排并考核。认知实习和岗位实习由学院负责安排并考核。

(3) 学生须在培养方案中完成共计 10 学分的实验学分。本专业学生仅可在以下实验课程列表中完成 10 个实验学分，如果实验课程被包含在培养方案其他模块，除获得该实验课学分以外，还可同时获得最多 1 个相应模块的学分。

(4) 学生须在教师的指导下，完成毕业论文并通过论文答辩。

(5) 学生须完成 2 个学分的劳动教育必修课，总学时不少于 32 学时。其中理论课程不少于 8 学时，劳动实践 24 学时。学生在完成理论学时和第二课堂劳动教育课程后，获得学分。理论学时可在 INS218-劳动法与社会保障法、INS364-劳动经济学、PAM338-劳动与社会保障学、LAW247-劳动法与社会保障法、学校开设的劳动教育 MOOC 课程中选修任意一门课程并获得学分。劳动实践部分应在第二课堂劳动实践系列课程中修习完不少于 5 次课程，并在劳动实践系列项目群中完成总计不低于 24 学时的各类活动。

2. 实验课程列表

开课学院	课程代码	课程名称	开课学期	学分（实验学分）
国际商学院	MKT213	消费者行为实验	4	2（2）
国际商学院	MKT319	量化营销与统计分析	4	2（2）
国际商学院	MGT224	管理数据挖掘与解析	4	2（2）
信息学院	CMP245	Python 与大数据分析	4	2（2）
统计学院	STA211	机器学习与人工智能	4	1（1）
国际商学院	MGT410	企业决策模拟	5	2（2）
国际商学院	MKT412	ERP 沙盘模拟	6	1（1）
国际商学院	MKT320	产品创新与营销	6	2（2）
国际商学院	MKT212	品牌标识设计与审美	6	2（2）

十、市场营销专业（数智化全球营销方向）教学计划表（2024）

类别	课程代码	课程名称	学时	学分	开课学期	子组类别
学科基础必修课	ACC212	财务会计	48	3	2	
	ECON109	微观经济学	48	3	2	
	MGT215	管理学原理	48	3	3	

类别	课程代码	课程名称	学时	学分	开课学期	子组类别
学科基础 必修课	ECON110	宏观经济学	48	3	3	
	MKT206	营销学原理	32	2	3	
	MGT302	组织行为学	32	2	3	
	ACC304	公司理财	48	3	3	
	MGT219	商务数据分析	48	3	4	
	MGT323	商务调研	48	3	4	
	MKT207	营销实验	16	1	4	
	MGT421	商业伦理	16	1	4-5	
	MGT429	创业管理	32	2	5	
	学科基础必修课合计		464	29		
学科基础 选修课	CMP302	计算机网络	48	3	4	创业类
	MGT357	创新管理	32	2	4	
	ENT313	创业实践	32	2	5	
	MGT328	企业风险管理	32	2	5	
	ACC317	税务会计与税务筹划	48	3	5	
	MGT410	企业决策模拟	32	2	5	
	MGT415	中小企业管理	32	2	5	
	MKT412	ERP 沙盘模拟	16	1	6	
	EBU201	电子商务	32	2	6	
	MGT334	风险投资：理论与实践	32	2	6	
	ENT308	公司创业	32	2	6	
	ENT302	国际创业	16	1	6	
	ENT301	女性创业	16	1	6	
	ACC409	企业财务报表分析	32	2	6	
	MGT310	项目管理	32	2	7	
	MGT220	数字经济与商业创新	32	2	2	通用类
	MGT229	科技通史	32	2	3	
	CMP410	管理信息系统	32	2	4	
	FIN204	国际金融学	48	3	4	
	IFI212				4	
	ITR206	国际贸易	48	3	4	
	ACC213	中级财务会计	48	3	4	
	MGT221	国际商务	32	2	4	
	MGT327	产业组织理论	48	3	5	

类别	课程代码	课程名称	学时	学分	开课学期	子组类别
学科基础 选修课	HRM303	人力资源管理概论	32	2	5	
	MGT347	领导力	32	2	5	
	MGT335	商务数据分析软件	16	1	5	
	MKT407	商务预测原理	32	2	5	
	MGT349	项目融资理论与实践	32	2	5	
	MKT408	销售与客户关系管理	32	2	5	
	ACC318	会计实务与实验	48	3	6	
	ACC327	业财融合管理会计	48	3	6	
	LAW407	国际商法	64	4	6	
	MGT409	企业法律环境	32	2	6	
	FIN407	融资租赁	32	2	6	
	ENG407	商务英语写作	32	2	6	
	MKT212	品牌标识设计与审美	32	2	6	
	MGT431	财务风险管理原理与方法	32	2	7	
	ITR410	电子商务概论	32	2	7	
	MGT430	管理沟通	32	2	7	
	MGT345	国际商务谈判	32	2	7	
	HRM401	跨文化管理	32	2	7	
	ACC329	大数据与审计学	48	3	7	
	FIN408	投资银行业务	32	2	7	
	CUR201	货币银行学	48	3	2	学术类
	FIN207				3	
	CUR328	财政学	48	3	4	
	ECON214				4	
	IFI309	中级微观经济学	48	3	3	
	ECON208				4	
	IFI416	计量经济学	48	3	4	
	ECON301				5	
	MGT223	博弈论	32	2	4	
	MKT319	量化营销与统计分析	32	2	4	
	MGT224	管理数据挖掘与解析	32	2	4	
	MGT419	多元统计分析	32	2	5	
	MGT303	管理科学	48	3	5	
	MGT318	运营管理	32	2	5	
	CUR423	金融时间序列分析	32	2	5	
	ACC423	高级财务会计	48	3	6	

类别	课程代码	课程名称	学时	学分	开课学期	子组类别
学科基础 选修课	MGT345	管理经济学	32	2	6	
	HRM317	组织管理理论与实践前沿	32	2	6	
	MGT356	商业案例分析与写作	32	2	6	学术类
	ACC412	国际财务管理	32	2	6	
	ACC413	高级财务管理	32	2	7	
	MGT408	公司治理	32	2	7	
	MGT355	毕业论文设计与写作	32	2	7	
	MKT404	供应链管理	32	2	7	
	MGT311	战略管理	32	2	7	
学科基础选修课应选修 12 学分						
专业方向 必修课	MKT202	消费者行为	32	2	4	
	MKT210	品牌管理	32	2	4	
	MKT318	数字营销沟通	32	2	4	
	MKT214	营销定量模型	32	2	5	
	MKT311	服务营销	32	2	5	
	MKT314	营销渠道	32	2	5	
	MKT315	智慧营销	32	2	5	
	MKT310	全球营销	32	2	6	
	MKT321	行为科学研究方法	32	2	7	
	专业方向必修课合计		288	18		