

市场营销（国际营销方向）专业人才培养方案

一、培养目标

基于“厚实营销学专业知识、强化商务英语沟通谈判、精通市场数据分析工具”的特色，培养适应新时代经济社会发展需要，德智体美劳全面发展，具备扎实的经济学、管理学、心理学及数据科学基础知识，掌握市场营销及现代企业管理的基本理论、知识和技能，了解市场营销前沿及发展动态，具有强烈的社会责任感和团队合作意识、广阔的国际视野和跨文化交流能力，善于创新决策和市场开拓的复合型人才。预期毕业五年后达成：

目标 1：具有良好的思想品德和专业素养，敬业奉献，恪守职业道德，能够积极主动履行社会责任和可持续发展的理念。

目标 2：具有自我提升的追求，具有健康的体魄，心理素质好，掌握市场营销及现代企业管理的重要理论、知识和技能，能够胜任企业管理领导工作。

目标 3：具备国际视野，有较强创新精神、创业意识和创造能力，熟悉企业营销管理的技术前沿和发展动态，以适应不断变化的国内外形势。

目标 4：适应时代需要能够通过多途径开展自主学习和终身学习，具有较好的从事市场调研、市场营销策划、商务谈判的专业能力与素养。

目标 5：掌握定量和定性分析方法，能胜任跨国公司、咨询公司、经贸企业、金融机构的营销经理、产品经理及其他经济管理部门和企事业单位的相关工作。

二、毕业要求

毕业要求 1【思想品德】：具有社会责任意识和家国情怀；贯彻新发展理念，能够主动参与社会实践。具备广泛的人文及科学素养，养成社会推崇的言行举止，具有良好的思想品德和健全的人格，具备一定的职业操守意识。

毕业要求 2【学科知识】：具有系统扎实的数学、经济学、统计学公共基础知识，跨学科知识、专业知识和专业技能；了解市场营销专业及相关学科的历史、现状和前沿动态；掌握本专业的研究思路和研究方法。

毕业要求 3【创新能力】：具有逻辑思维能力、批判精神和反思意识，能够运用营销专业的研究思路和方法组织和开展市场调查和市场研究，具备较强的创新创业能力。

毕业要求 4【实践能力】：具有跨领域知识融汇能力，熟谙市场调研和营销管理方面的知识，具备现场工作能力，收集市场信息、敏锐地发现消费者需求的变化以及竞争对手策略的改变。能够综合运用相关知识和技能，分析和解决市场营销领域的复杂问题，提出针对性的对策或方案，能够将营销理论运用于企业实践中。

毕业要求 5【信息应用】：具有较强的信息处理能力，即能够熟练使用各类统计和数据分析软件，能够使用相关模型进行分析和判断，具备自我更新和学习营销专业应用软件的能力。

毕业要求 6【沟通表达】：具有较强的中英文演讲、表达、交流的能力，能够逻辑清晰的表达观点、开展跨文化营销管理活动，能够与同行和社会公众进行有效沟通。

毕业要求 7【团队合作】：具有较强的组织、协调和管理能力，适应团队工作模式，较好地协作完成复杂任务，具备较强的团队合作精神。

毕业要求 8【国际视野】：理解和尊重世界文化的差异性和多样性，具备开展国际营销活动的跨文化交流能力，能够传播中华优秀传统文化和中国智慧。

毕业要求 9【学习发展】：具有自我规划、自我管理、自主学习和终身学习的能力，具备较强的适应性和可持续发展潜力。

三、核心课程

微观经济学、计量经济学、数据科学导论、市场营销学、消费者行为、营销调研、广告学、服务营销学、国际营销学（英）、数字营销、战略管理（英）、品牌管理（英）、大数据营销、营销工程、销售管理、渠道管理与新零售、人工智能营销、社交媒体与客户管理（英）、奢侈品营销、工商管理模拟等。

具体课程设置详见本专业指导性教学计划。

四、支撑关系

1.本专业毕业要求对培养目标的支撑关系矩阵（以“√”标识）

| 毕业要求 \ 培养目标 | 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 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 毕业要求 1 | √ | √ | √ | | |
| 毕业要求 2 | | √ | √ | √ | √ |
| 毕业要求 3 | | | √ | √ | √ |
| 毕业要求 4 | | √ | √ | √ | |
| 毕业要求 5 | | | √ | √ | √ |
| 毕业要求 6 | | √ | √ | √ | √ |
| 毕业要求 7 | | √ | | √ | |
| 毕业要求 8 | √ | √ | √ | | |
| 毕业要求 9 | √ | √ | | √ | |

2.本专业课程体系与毕业要求的关联度矩阵

| 课程类别 | 课程名称 | 毕业 要求 1 | 毕业 要求 2 | 毕业 要求 3 | 毕业 要求 4 | 毕业 要求 5 | 毕业 要求 6 | 毕业 要求 7 | 毕业 要求 8 | 毕业 要求 9 | |
|-----------|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---|
| 通识教育课 | 思想道德与法治 | H | L | M | | | H | H | M | | |
| | 中国近现代史纲要 | H | L | M | | | L | H | L | | |
| | 马克思主义基本原理 | H | L | M | | | L | H | H | | |
| | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | H | L | M | | | L | H | M | | |
| | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | H | | M | | | L | H | M | | |
| | 政治经济学 | H | L | M | | | L | L | M | | |
| | 形势与政策 | H | | L | L | L | L | L | M | L | |
| | 思想政治理论课社会实践 | H | L | L | | | H | H | L | | |
| | 通用英语读写 | | | | | | H | | H | L | |
| | 通用英语视听说 | | | | | | H | | H | L | |
| | 英语拓展课程模块 | M | | L | | | H | | H | L | |
| | 数据库基础与应用 | L | M | H | M | H | L | | | H | |
| | 程序设计基础与应用 | L | M | H | M | H | L | | | H | |
| | 大学语文 | H | L | L | | | H | L | M | | |
| | 体育 | M | M | L | M | | M | H | | M | |
| | 大学生心理健康教育 | H | | | | | M | M | | H | |
| | 微积分 B | L | M | H | L | M | L | | | H | |
| | 线性代数 B | L | M | H | L | M | L | | | H | |
| | 概率论与数理统计 B | L | M | H | L | M | L | | | H | |
| | 选修课 | 哲学与社会 | H | | L | | | M | L | M | M |
| 艺术与审美 | | M | | H | | M | L | M | M | H | |
| 科学与创新 | | M | M | H | M | M | | | M | M | |
| 经济分析与数学思维 | | M | M | M | L | M | | | | M | |
| 文化历史与国际视野 | | M | | | | L | L | | H | M | |
| 学科基础课 | 微观经济学 | M | H | | M | | | | H | M | |
| | 宏观经济学 | | H | | | H | | | M | M | |
| | 统计学 | L | M | | H | H | | | M | | |
| | 会计学 | | H | | H | H | | | M | | |
| | 管理学 | M | H | | M | | H | H | | | |
| | 计量经济学 | | H | | H | H | | | H | | |
| | 市场营销学 | M | H | | H | H | | M | | | |
| | 组织行为学（英） | M | H | | | M | | H | H | | |
| | 财务管理 | | M | | H | H | | M | | | |
| | 创业管理 | M | M | H | L | | H | H | | M | |
| | 选修课 | 货币银行学 | | M | | M | M | | M | | |
| | | 国际贸易 | | M | | M | M | | M | H | |
| | | 公司治理 | | M | | H | | M | | M | |
| | | 运营管理 | | M | | M | M | | | | M |
| | | 国际商法 | M | M | | M | | H | | H | M |
| | | 国际经济学 | | L | | H | | M | | H | L |
| | | 国际贸易实务 | | L | | H | | | H | M | L |
| | | 数据科学导论 | L | H | | M | H | | | | M |
| | | 人工智能 | L | M | | M | | | H | | M |
| 国际金融 | | | M | | H | | | | H | M | |
| 财政学 | | M | | M | | L | | L | | | |

| 课程类别 | 课程名称 | 毕业要求1 | 毕业要求2 | 毕业要求3 | 毕业要求4 | 毕业要求5 | 毕业要求6 | 毕业要求7 | 毕业要求8 | 毕业要求9 | | | |
|------|-------------------------|--------------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---|---|--|
| 专业课 | 必修课 | 消费者行为 | M | H | | | H | | H | | M | | |
| | | 营销调研 | | H | H | | M | | H | | M | | |
| | | 大数据营销 | L | H | H | | M | | H | | M | | |
| | | 国际营销学（英） | M | H | | H | | | M | | M | | |
| | | 渠道管理与新零售 | | H | M | | H | | M | | M | | |
| | | 品牌管理（英） | M | H | | M | | | H | | M | | |
| | 选修课 | 营销工程 | | H | M | | L | | L | | M | | |
| | | 营销管理全案例分析（英） | M | H | M | | | L | M | | M | | |
| | | 广告学 | | H | | M | | H | | | M | | |
| | | 人力资源管理 | M | M | | M | | | H | | M | | |
| | | 商业伦理学 | M | M | | L | | H | | | | | |
| | | 工商管理研究与论文写作 | L | M | H | | M | L | | | L | | |
| | | 数字营销 | M | H | | H | | | H | | M | | |
| | | 人工智能营销 | | H | | | M | | H | | M | | |
| | | 奢侈品营销 | M | H | | M | | L | | | M | | |
| | | 跨文化管理 | M | M | | H | | L | | | M | | |
| | | 管理沟通 | L | | | H | | H | H | | M | | |
| | | 销售管理 | | H | | M | | H | | | M | | |
| | | 社交媒体与客户管理（英） | M | H | | M | | H | | | M | | |
| | | 服务营销学 | | H | | | M | | H | | M | | |
| | | 战略管理（英） | M | H | | L | | | M | H | | | |
| | | 个性拓展课 | 必修课 | 工商管理模拟 | | M | | H | H | | L | | |
| | | | | 商务英语应用模拟 | | M | | H | H | | L | | |
| | | | | 国际商务模拟训练 | | M | | H | H | | L | | |
| | 职业生涯设计 | | | M | L | M | L | L | M | M | L | H | |
| | 创新创业拓展 | | | M | | H | H | | M | H | | M | |
| | 军事理论与训练 | | | M | | L | L | L | L | H | M | L | |
| 劳动教育 | M | | | | M | L | L | L | M | L | H | | |
| 社会实践 | M | | | | | H | | M | H | | M | | |
| 毕业实习 | M | | | | H | H | | | H | L | H | | |
| 毕业论文 | M | | | H | H | H | M | | | L | | | |
| 选修课 | 学生根据个人兴趣选择不同跨专业课程模块进行学习 | | | | | | | | | | | | |

五、教学质量保障

1.本专业严格按照学校和学院的教学质量保障体系，完善各教学环节的质量标准，开展常态化、制度化、规范化的教学质量监控。

2.对教学质量保障实施从教学方案设计、教材遴选、集体备课，到教学督导、教学效果评价与反馈的全过程控制，通过健全、有效的质量监控体系提高教学质量。

3.定期对教学质量评估评价信息进行综合分析，利用分析结果，完善师资培训机制，加强教学研究和课程建设，改进教学方法和手段，构建优质课程资源，持续改进专业人才培养质量。

六、学制与学位

1.学制：四年，最长学习年限为六年。

2.授予学位：管理学学士学位。严格按照《上海对外经贸大学本科学分制培养方案总则》《上海对外经贸大学全日制本科生学分制学籍管理规定》和《上海对外经贸大学本科课程考核管理办法》的有关规定执行。毕业生符合《中华人民共和国学位条例》《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》和学校《学士学位授予工作实施细则》，经学校学位委员会审查通过，授予管理学学士学位。

七、课程结构和学分比例

| 课程类别 | 类型 | 学分 | 占总学分百分比 % |
|------------|-----|-----|-----------|
| 通识教育课 | 必修课 | 54 | 34.84 |
| | 选修课 | 10 | 6.45 |
| 学科基础课 | 必修课 | 27 | 17.42 |
| | 选修课 | 8 | 5.16 |
| 专业课 | 必修课 | 13 | 8.39 |
| | 选修课 | 10 | 6.45 |
| 个性拓展课 | 必修课 | 25 | 16.13 |
| | 选修课 | 8 | 5.16 |
| 合计 | | 155 | 100 |
| 其中： | | | |
| 理论教学 | | 117 | 75.48 |
| 专业实践（实验实训） | | 20 | 12.90 |
| 集中性实践教学环节 | | 18 | 11.61 |

八、教学计划表

本专业指导性教学计划见附表。