

上海对外经贸大学
市场营销（数字营销实验班）



上海对外经贸大学 市场营销 (数字营销实验班)

管理办法

第一章 总则

第一条 为规范数字营销（实验班）（以下简称“实验班”）的管理，引导学生进行研究性学习，培养具有国际视野、系统扎实的营销学理论，掌握数字营销的基础知识和先进规范的定量研究方法，能创造性运用数字营销理论与方法分析、解决现实问题的复合型、高素质营销人才，特制定本办法。

第二章 选拔与录取

第二条 实验班面向全校新生选拔，择优录取，选拔范围由工商管理学院教学指导委员会研究决定。

第三条 实验班选拔具有从事数字营销领域学习和研究兴趣，具有较强逻辑思维能力、良好沟通能力和团队合作意识，能够进行独立思考，志向远大、身心健康的学生。

第四条 工商管理学院教学指导委员会制定实验班选拔标准和程序，进行公开、公平和公正的考核，提出录取名单，并报教务处备案。

第五条 选拔进入实验班的学生，按工商管理类的标准缴纳学费。

第三章 学制与培养模式

第六条 实验班标准学制为四年。

第七条 实验班全部专业课程参考市场营销经典课程培养体系，并结合数字营销发展的实际，运用引导式、启发式、探究式等教学方法，激发学生的学习兴趣。

第八条 实验班学生须完成教学计划规定学分和规定课程，符合《上海对外经贸大学学士学位授予工作实施细则》的规定，方可申请学士学位。

第九条 实验班鼓励学生参加本校与国内外知名高校之间的交换生项目，并为符合学校规定的学生申请相关资助或奖学金。

第十条 学业优秀的实验班学生申请参加推免硕士生遴选，在同等情况下优先录取。

第四章 教学管理

第十一条 教务处承担实验班整体运行的指导、协调和监督等管理职能。

第十二条 工商管理学院承担实验班的专业管理职能，通过建立实验班专业管理团队，全面负责思想政治教育、培养方案实施、教学行政管理和学生生活管理等工作。

第十三条 实验班人才培养方案和教学计划根据社会经济发展的需要进行设计，并及时进行动态评估和优化。评估工作由学校和相关学院聘请学术造诣深、教学水平高的国内外教育专家和相关领域专业人员进行。

第十四条 学院每学年应对实验班学生进行一次学业评价，学业评价结果根据学生的课程成绩、学术创新活动表现、导师评价等方面给予评定，分优、良、中、合格、不合格五个等级。

第十五条 实验班实行退出机制。除执行《上海对外经贸大学全日制本科生学分制学籍管理规定》外，凡出现以下情况之一者，应转出实验班：

1. 累计 5 门课程总评成绩不及格；
2. 受警告或警告以上处分；
3. 因各种原因无法达到实验班培养要求。

因故无法坚持学习者，经本人申请，学校批准后，可在第一学年或第二学年退出实验班。

第十六条 从实验班转出的学生应进入市场营销专业普通班（以下简称普通班）继续学习，并自转入普通班当学期起按照普通班教学计划的规定选课就读，原则上不再修读普通班之前学期的课程。因特殊情况必须修读的，由学生所在学院提出，报教务处核准后安排修读。对转出学生在实验班就读期间未通过的课程，由学生所在学院为学生指定相应的替代课程，并报教务处备案。转出学生在普通班专业教学计划中的应修课程与实验班已修读通过的课程名称相同时，已修学分大于或等于应修学分时，可申请免修。

第十七条 在第二学期，实验班可以根据培养计划安排，从相应专业普通班学生中选拔增补符合要求的学生进入实验班学习。选拔增补工作一般在第一学年或第二学年内完成。

第十八条 经选拔转入实验班的学生自转入当学期起按照实验班教学计划修读，原则上不再修读实验班之前学期所修课程。因特殊情况必须修读的，由所在学院提出，报教务处核准后安排修读。

第十九条 实验班在读学生到国（境）外学习或实习期间，其学籍管理按学校有关规定执行。

第二十条 实验班学生在图书资料借阅等方面按研究生的标准执行。

第五章 荣誉学士学位

第二十一条 实验班建立荣誉学士学位制度，对学业优秀、能力突出、综合素质高的学生授予上海对外经贸大学荣誉学士学位。

第二十二条 荣誉学士学位的授予，必须由学生本人提出申请，经所在学院初审和教务处复审，提请校学位评定委员会审查通过，由学校授予荣誉学士学位。

第二十三条 申请荣誉学士学位的学生须满足以下条件：

1. 在标准学制内完成教学计划规定学分和规定课程。
2. 荣誉学士学位课程（即学科基础必修课与专业必修课）期末总评成绩的平均分达到 80 分，其中单门课程成绩不低于 70 分。
3. 毕业论文 85 分及以上
4. 符合以下任意两项：（1）全国大学英语六级考试成绩须达到 580 分且六级考试口语成绩（或学校英语口语水平测试成绩）达到 B+ 等级；（2）在学校科研处规定的 D 类及以上级别期刊上以第一作者（或老师第一，学生第二）署名发表科研论文，或者获得省部级及以上的科研和教学奖项（包括研究课题或论文获奖）；（3）参加学校学生处规定的国家级或省部级重量级比赛，获得省部级二等奖以上；（4）参与老师的教学案例开发，获得全国百优管理案例奖，或者成功入库哈佛商学院和毅伟商学院国际案例库，以及中国工商管理国际案例库（依托中欧国际工商学院）、中国管理案例共享中心案例库（依托大连理工大学）、中国工商管理案例库（依托清华大学）等案例库。

第六章 附则

第二十四条 本办法经教学指导委员会讨论通过，自 2025 级起施行。

第二十五条 本办法由工商管理学院、教务处负责解释。

2025 年 6 月修订





上海对外经贸大学

市场营销

(数字营销实验班)

专业人才培养方案

主修 | 本科 | 工商管理学院 | 161 学分

一、培养目标

本专业培养适应新时代经济社会发展需要，德智体美劳全面发展，具备家国情怀和国际化视野，掌握经济学、管理学、统计学的基础理论，熟悉市场营销理论前沿与发展趋势，扎实的多学科专业基础和数据分析能力，富有创新精神、实践能力和团队协作意识的卓越型营销管理人才。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，通过企业实践强化职业认知，恪守职业道德，能够践行社会责任和可持续发展理念。

目标 2：具有持续自我提升意识和健康身心素质，掌握数字营销前沿理论和研究方法，熟悉当代市场营销的创新方法与创新技术，具备多学科知识体系和数据分析实践能力。

目标 3：系统掌握市场营销的专业知识与实践技能，具备国际视野，具有较强创新精神、创业意识和创造能力。

目标 4：了解本专业及数字营销领域的前沿动态，具备科学研究潜质和持续学习能力，能够运用大数据技术解决营销管理和决策实践问题。

目标 5：有适应不断变化环境的能力，系统掌握定量与定性分析方法，具备胜任跨国企业、咨询机构以及金融机构等各类组织的营销与产品运营的实践能力。

二、毕业要求

毕业要求 1【思想道德】：具有深厚的人文素养和高度社会责任感，践行新发展理念并积极参与社会实践，形成良好的思想品德和健全的人格，在实践锻炼中强化职业操守意识。

毕业要求 2【学科知识】：具有系统扎实的数学、管理学、统计学等跨学科知识，掌握市场营销专业核心技能；深入了解行业现状与数字营销前沿趋势；熟练运用专业研究方法解决实际问题。

毕业要求 3【创新能力】：具备扎实的逻辑思维能力 and 批判反思意识，能够将营销理论转化为企业实践成果；在数字营销领域展现出较强的创新实践能力。

毕业要求 4【实践能力】：具有跨领域知识整合能力，系统掌握市场调研与数字营销专业知识，具备市场信息采集与竞争态势分析实战技能。能够综合运用专业能力解决数字营销实际问题，提出创新性方案，并将营销理论有效转化为企业实践成果。

毕业要求 5【信息应用】：具备扎实的信息处理能力，能熟练运用各类统计与数据分析软件，掌握专业分析模型的应用方法，并保持营销专业工具的持续学习与更新能力。

毕业要求 6【沟通表达】：具备专业的中英文表达与跨文化沟通能力，能够逻辑清晰地开展国际营销活动，并与行业专家及社会公众进行有效交流。

毕业要求 7【团队合作】：具备扎实的组织协调与管理能力，善于团队协作，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】：深入理解世界文化多样性，具备开展国际营销的跨文化沟通能力，善于在商业实践中传播中华优秀传统文化与当代商业智慧。

毕业要求 9【学习发展】：具备自我管理 with 终身学习能力，能够独立思考与解决企业数字营销实际问题。保持创新求知意识，及时把握行业前沿动态，具备较强的环境适应性和可持续发展潜力。

三、核心课程

微观经济学、市场营销学、管理学、消费者行为、统计学、财务管理、创业管理、品牌管理、营销调研、数字营销、大数据营销、渠道管理与新零售、工商管理模拟、国际商务模拟训练、（选）Python 文本数据挖掘、（选）营销管理全案例分析、（选）国际营销学（英）、（选）社交网络数据分析、（选）企业管理数据可视化与智能决策、（选）人工智能营销、（选）营销工程等。

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)

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
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. 本专业通识教育课与个性拓展课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	必修课	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	
		大学英语						H		H	L
		计算机基础与 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
	数学	L	H	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
		人工智能与科学探索	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	
个性拓展课	必修课	仿真模拟训练		M		H	H		L		
		职业生涯规划	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			M			
		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								

3. 本专业学科基础课与专业课课程体系与毕业要求的关联度矩阵

序号	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
1	(选) Python文本数据挖掘		H		H		M			M
2	(选) 财政学	M	M		H		L			
3	(选) 大数据与金融		M		H		M			
4	(选) 电子商务(英)			M		H		M		M
5	(选) 动漫与数字产业经营管理		M	M			H			M
6	(选) 服务营销学		M		H			M		M
7	(选) 公司治理	M	M			H			M	
8	(选) 国际金融		H			H		M		M
9	(选) 国际经济学		M	M	M		L			M
10	(选) 国际贸易实务		M		H		M	H		M
11	(选) 国际商法	M	M		M		H		H	M
12	(选) 国际商务环境分析		H			M		M		M
13	(选) 国际营销学(英)		M	H			M			M
14	(选) 货币银行学		M		M	H				
15	(选) 金融科技基础	M	H		M	M				M
16	(选) 企业管理数据可视化与智能决策		H	H		M			L	
17	(选) 人工智能营销			H		H		M		M
18	(选) 人工智能与数字化管理导论			H		M				M
19	(选) 人力资源管理		M		H		M			M
20	(选) 社交网络数据分析		M	H		M		M		M
21	(选) 市场营销策划		H	M		M		M		M
22	(选) 数字化顾客关系管理	M	M	M			H			
23	(选) 数字贸易概论		H			M				M
24	(选) 统计软件(SPSS)		M	H	M					M
25	(选) 营销工程		M	M		H		M		
26	(选) 营销管理全案例分析(英)		H	M	H			L		M
27	(选) 营销伦理与社会责任	M		H	M		M			M
28	(选) 运营管理	M	M		H	M				M
29	(选) 战略管理(英)		M	H			M		H	
30	财务管理		M		H	H		M		
31	创业管理	M	M	H	L		H	H		M
32	大数据营销		H	H		M				M
33	工商管理模拟		M	H		M		M	M	
34	管理学	M	H		M			M		M
35	宏观经济学		H			M			M	M
36	会计学		H		H	H			M	
37	品牌管理		M	M	H		M			M

序号	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
38	渠道管理与新零售		M	M	H		M			M
39	市场营销学	M	H		M			M		M
40	数字营销		M	M	H		M		M	M
41	统计学		M		M	H			M	
42	微观经济学	M	H		M				M	M
43	消费者行为	M	M	H	M		M			M
44	营销调研		H	M			M			M
45	组织行为学（英）	M	H			M		H	H	

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法》和学校《学士学位授予工作实施细则》，经学校学位评定委员会审议通过，授予管理学学士学位。

七、课程结构和学分比例

课程类别				课程性质		学分数		学分比例/%	
通识教育课				通识必修课		57		35.40	
				通识选修课		10		6.21	
学科基础课				学科基础必修课		24		14.91	
				学科基础选修课		10		6.21	
专业课				专业必修课		13		8.07	
				专业选修课		14		8.70	
个性拓展课				个性拓展必修课		25		15.53	
				个性拓展选修课		8		4.97	
合计						161		100	
其中：									
理论教学						125		77.64	
专业/实践（实验实训）						16		9.94	
集中性实践教学环节						20		12.42	
分学期周课时分布									
1	2	3	4	5	6	7	8		
24	32	24	21	9	2	2	0		



八、教学计划表

课程模块			课程名称	学分	总学时	分学期周课时分布										
						1	2	3	4	5	6	7	8			
通识教育课	思想政治理论课	马克思主义基本原理		3	54			3	3							
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		2	36			2	2							
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论		3	54			3	3							
		思想道德与法治		3	54	3	3									
		中国近现代史纲要		2	36	2	2									
		政治经济学		3	54	3	3									
		思想政治理论课社会实践（1）		1	9	1	1									
		思想政治理论课社会实践（2）		1	9			1	1							
		形势与政策	形势与政策（1）		0.5	6	2									
			形势与政策（2）		0.5	6		2								
			形势与政策（3）		0.5	6			2							
			形势与政策（4）		0.5	6				2						
	要求学分：2															
	要求学分：20，要求完成子模块数：1															
	大学英语	学术英语	学术英语读写（1）		3	54	3									
			学术英语视听说（I）		2	36	2									
			要求学分：5													
		全球胜任力英语	全球胜任力英语（英）		3	54		3								
			跨文化英语视听说（英）		2	36		2								
			要求学分：5													
		英语拓展课程模块	专门用途英语课程模块	商务英语写作		2	36			2	2					
				商务英语口译		2	36			2	2					
				职场英语		2	36			2						
				商务英语沟通与技巧		2	36			2	2					
				国际商务礼仪		2	36				2					
				商务翻译实务		2	36				2					
				国际组织英语		2	36				2					
				财经英语时文选读		2	36				2					
				金融英语		2	36				2					
			英语技能与思辨课程模块	国际传播英语		2	36				2					
				要求学分：2												
				学术英语写作		2	36				2					
				英语公众演讲		2	36				2					
				英语论辩与思辨		2	36				2					
				要求学分：无												
				跨文化沟通课程模块	跨文化交际		2	36			2	2				
中国文化（英）					2	36				2						
英美文化概况					2	36				2						
英美文学欣赏		2	36					2								
英语影视文化赏析		2	36					2								
东西方思想经典选读		2	36					2								
要求学分：2																
要求学分：8																
要求学分：18，要求完成子模块数：1																
计算机基础与应用		MySQL数据库		1	36	2										
		人工智能通识		1	18	2	2									
		Python程序设计		1	36		2									
		要求学分：3														

课程模块		课程名称	学分	总学时	分学期周课时分布									
					1	2	3	4	5	6	7	8		
通识教育课	通识必修课	大学语文	大学语文	2	36	2	2							
		要求学分：2												
		体育	体育（1）	1	36	2								
			体育（2）	1	36		2							
			体育（3）	1	36			2						
			体育（4）	1	36				2					
			要求学分：4											
		大学生心理健康教育	大学生心理健康教育	2	36	2								
		要求学分：2												
		数学	微积分B（1）	2	72	4								
	微积分B（2）		2	36		2								
	概率论与数理统计B		2	54		3								
	线性代数B		2	36			2							
	要求学分：8													
	要求学分：57，要求完成子模块数：7													
	通识选修课	哲学与社会	（选）大学生国家安全教育（MOOC）	1	18	1	1							
		要求学分：2												
		艺术与审美	要求学分：2											
		人工智能与科学探索	要求学分：2											
		经济分析与数学思维	要求学分：2											
		文化历史与国际视野	（选）改革开放史	1	18	1	1							
	要求学分：2													
	要求学分：10													
	要求学分：67，要求完成子模块数：2													
	学科基础课	学科基础必修课	微观经济学	3	54		3							
管理学			2	36		2								
宏观经济学			3	54			3							
市场营销学			3	54			3							
组织行为学（英）			2	36			2							
统计学			3	54			3							
创业管理			2	36				2						
会计学			3	54				3						
财务管理			3	54					3					
要求学分：24														
学科基础选修课		（选）货币银行学	3	54				3						
		（选）运营管理	2	36					2					
		（选）统计软件（SPSS）	2	36					2					
		（选）国际商务环境分析	2	36						2				
		（选）国际经济学	2	36						2				
		（选）国际贸易实务	2	36						2				
		（选）国际金融	2	36						2				
		（选）国际商法	2	36							2			
		（选）财政学	2	36							2			
		（选）公司治理	2	36								2		
要求学分：10														
要求学分：34，要求完成子模块数：2														
专业必修课		消费者行为	3	54				3						
	营销调研	2	36				2							
	品牌管理	2	36					2						
	数字营销	2	36					2						
	渠道管理与新零售	2	36					2						
	大数据营销	2	36						2					
	要求学分：13													

要求学分: 161