

# 市场营销专业本科人才培养方案

## 一、培养目标

本专业培养德、智、体、美全面发展，具备经济学、管理学基本知识，掌握市场营销基本理论、基本知识，能够进行市场开发、客户服务、市场调查与分析、营销策划执行等方面的工作，具有较扎实的市场经济基础理论、较强的综合职业能力与创新精神，能够熟练运用市场营销基本理论和方法在各类工商企业，包括营销策划咨询机构和市场调研机构从事营销管理相关工作的应用技术型人才。

### 毕业生适应岗位：

市场营销职业岗位主要为：市场调研、产品管理、营销策划、渠道管理、店面管理、销售代表、营销培训、客户管理等。

市场调研岗位主要工作为：制定市场调查方案，组织实施市场调查项目，制作调研报告，收集各类市场情报及相关行业政策和信息，向客户管理层提出建议。

产品管理岗位主要任务为：进行企业产品宣传，并反馈、总结所有信息，收集和应用产品市场信息，策划新产品上市和已有产品更新换代，包括计划的制定、实施、广告创意、宣传文案的撰写及相关活动的策划与实施。

营销策划岗位主要任务为：根据产品的特性进行相应的市场分析，制定产品推广方案；负责公司产品各阶段市场推广的营销策略制定与执行；负责公司各类大型活动的组织、策划与执行控制；定期进行市场、竞品分析，并形成相应的机制以及反馈报告。

渠道管理岗位主要任务有：制定分销战略规划，选择不同的分销方式与分销渠道，对分销渠道加以控制和评估，以确保渠道成员间、公司和渠道成员间相互协调。

店面管理岗位主要任务有：按照企业制定的计划和程序开展产品推广活动，介绍产品并提供相关产品资料，对所管辖的零售店进行产品宣传、入店培训、样品陈列、公关促销等工作。

销售代表岗位工作主要有：开发市场，与顾客进行有效信息沟通，介绍产品，为顾客提供专业性支持。

营销培训岗位工作主要有：协助和配合营销部相关管理人员，根据营销部需求拟定、实施和改善营销部培训体系。针对营销部内部在职营销专员的营销知识、心态、销售技巧、客户沟通技巧、销售思维模式以及市场分析能力等营销岗中培训。

客户管理岗位主要工作有：进行有效的客户管理和沟通，了解并分析客户需求情况，进行维护客户的方案规划，发展、维护良好的客户关系；建立售后服务信息管理系统（客户服务档案、质量跟踪及信息反馈）。

## 二、人才培养规格要求和知识、能力、素质结构

本专业培养具有适应市场经济需要，掌握营销管理的基本理论，具备营销调研与预测、营销策划与执行、公共关系与谈判的能力，具有良好的敬业精神和职业道德，在中小型工商企业中从事中、基层营销管理工作的高级应用型专门人才。在教学中注重学生的基础知识和应用能力的培养。

### 1. 知识结构

- (1) 掌握一定的人文社会科学知识。
- (2) 掌握本专业必备的自然科学基础知识。
- (3) 掌握必备的英语、计算机及其应用的基础知识。
- (4) 掌握本专业必备的经济学、管理学、金融学的基本知识。

(5) 掌握本专业必需的营销学、市场调研、消费者行为学、商品学、广告学、分销渠道、商务谈判、公共关系等知识。

(6) 具有一定的经济法律知识。

(7) 具有一定的电子商务、国际贸易知识。

## 2. 能力结构

(1) 具有英语、计算机应用能力。

(2) 具有商务谈判及书面写作的能力。

(3) 具有本专业所必需的各类营销策划能力。

(4) 具有市场调查的计划、组织、实施和数据分析的能力。

(5) 具有营销管理能力。

(6) 具有广告策划能力。

(7) 具有分销渠道的管理能力。

(8) 具有一定的综合技能和对社会、环境的适应能力。

(9) 具有知识自我更新的能力。

(10) 具有营销培训能力。

(11) 具有创新创业能力。

## 3. 素质结构

(1) 热爱祖国，拥护党的领导，树立科学的世界观和社会主义核心价值观，有报效祖国服务人民的思想素质；

(2) 达到大学生体育合格标准，受到必要的军事训练，有较强的社会工作适应能力，身心素质健康；

(3) 熟悉我国营销领域的基本方针、政策和法规，了解企业营销管理的惯例与规则；

(4) 具备从事本专业的业务素质，有良好的职业道德，以及较强的语言与文字表达能力和人际沟通能力。

## 4. 专业能力实现矩阵

根据市场营销岗位群对专业能力的要求，确定本专业的六大专业能力：专业基本能力，营销管理能力，市场调研与预测能力，渠道管理能力，促销策划能力，岗位适应与拓展能力，进一步梳理细化分解成相应的能力要素，并给出培养这些能力要素的实现途径，专业能力实现矩阵如表 1 所示。

表 1 专业能力实现矩阵

专业能力	能力要素	课程模块	主要实现途径（课程）
基本能力	词汇量基础、阅读技巧与方法、听说技巧与方法、写作基础知识	基础英语应用能力模块	大学英语、商务英语
	语言表达的逻辑、书面写作的知识	语言表达和书面写作能力模块	全校选修课、应用写作
	掌握计算机编程的基本知识、网络知识	计算机操作能力模块	计算机基础
	公共关系知识、谈判知识、组织协调知识	沟通谈判与组织协调能力模块	公共关系学、商务礼仪、商务谈判、组织行为学
营销管理能力	市场营销知识、战略管理知识	营销战略的制定能力	市场营销学
	产品开发知识、产品差异化知识	产品定位能力模块	市场营销学、市场调查与预测

	设计定价方案、价格管理知识	产品价格管理能力模块	市场营销学
市场调研与预测能力	市场营销知识、市场调研知识	营销计划制定能力模块	市场调查与预测
	市场调研知识	调查问卷设计能力模块	市场调查与预测
	数理统计与分析知识、市场调研知识	市场预测能力及分析报告能力模块	概率与数理统计、市场调查与预测
渠道管理能力	销售渠道知识、物流知识、终端销售知识	渠道设计能力模块	销售管理、物流与供应链管理
	客户信息管理知识、销售战略、策略知识	客户管理能力模块	客户关系管理
促销策划能力	广告策划知识、媒体知识、沟通知识	广告策划与文案、广告管理能力及广告效果测定能力模块	广告学、公共关系、消费者行为学
	销售队伍设计知识、人员推销知识	管理销售力量能力模块	推销学、商务谈判、消费者行为学
	产品销售知识、消费者心理知识、促销工具相关知识	销售促进组织与策划及选择运用销售促进工具能力模块	市场营销学、消费者行为学
	营销知识、公关知识、媒体知识	营销公关的基本能力模块	公共关系学、广告学
岗位适应与拓展能力	社会知识、岗位群知识、营销培训知识、创新创业知识	岗位适应能力、营销培训能力及创新创业能力模块	实习、社会实践、综合实训项目、独立实践课、演讲与口才、创业基础实践、创新创业与素质拓展选修课

### 三、所属学科、专业类

学科门类：工商管理，专业类：市场营销，专业代码：120202

### 四、学制和学习年限

基本学制 4 年，学习年限 3~7 年。

### 五、毕业与学位授予

学生必须取得培养方案规定的全部必修课程的学分，修满各平台选修课规定的最低学分，合计最低取得 180 学分方能毕业，学业成绩达到我校授予学士学位条件的授予管理学学士学位。

### 六、主干学科和核心课程

主干学科：工商管理

核心课程：市场营销学、消费者行为学、市场调查与预测、商务谈判、网络营销、客户关系管理、销售管理、广告学、国际市场营销

#### 专业核心课程 1：市场营销学

内容简介：本课程的教学目的是使学生掌握市场营销学的基本概念、基本理论和基本方法，并能将理论知识应用到企业实际营销问题的分析和解决之中。主要内容包括现代市场营销观念、市场营销环境分析、STP 策略、4P 策略以及营销组织与控制。

#### 专业核心课程 2：销售管理

内容简介：本课程以管理学、市场营销学理论为基础之上的应用学科。从销售经理的角度，介绍了企业销售管理所涉及的主要理论与实务，是集理论性与实践性为一体的专业课程。该课程是为毕业生在将来晋升为销售主管、渠道主管、区域经理、销售经理等高级职位进行知识和技能的储备。

#### 专业核心课程 3：广告学

内容简介：《广告学》是市场营销专业学生的专业必修课，是专业主干课程。其理论性和应用性均较强。该课程也是一门综合性的新兴学科，它脱胎于新闻学，兴起于市场营销学，成熟于传播学，是一门集广告理论、广告技巧、广告管理、广告欣赏于一体的课程。

#### 专业核心课程 4：消费者行为学

内容简介：主要介绍消费者的心理活动过程、消费者的个性心理特征和个性倾向性、消费者群体与消费心理、商品因素与消费心理、商品价格与消费心理、营销场景与消费心理、营销服务与消费心理、营销信息传播与消费心理、中国社会文化因素与消费心理等内容。

#### 专业核心课程 5：市场调查与预测

内容简介：主要介绍市场资料收集方法、调查问卷的设计、抽样调查、调查问卷的审核与编辑、调查数据的录入、统计与分析，撰写市场调查报告，并根据市场调查的结论运用德尔菲法、面谈、小组座谈、对比类推等定性分析方法和时间序列预测法、一元线性回归分析法等基本的定量预测方法对市场未来发展现象进行预测。

#### 专业核心课程 6：商务谈判

内容简介：主要介绍商务谈判过程，商务谈判会议组织的基础知识，以及商务谈判策略和沟通技巧。特别要注重从案例分析中提炼观点，总结实战经验，把谈判理论融入实战之中，便于学生在较短的时间内掌握商务谈判的策略与技巧，从而进行富有成效的谈判操作。

#### 专业核心课程 7：网络营销

内容简介：主要介绍网络营销的概念、特征、功能以及网络营销的商务模式，并对网络市场调查的基本方法、网络市场细分的研究步骤，网络营销目标市场定位策略、网络营销策略以及常见的网络促销方式进行专项讲解。

#### 专业核心课程 8：国际市场营销

内容简介：国际市场营销学是将市场营销学与跨国管理组合的一门管理学科，主要分析国际市场营销环境、分析国际市场机会及挑战、全球化战略思想在现实市场营销中的应用、国际服务市场营销策略、并介绍在国际化环境下，国内公司与国际公司的转换等内容。

#### 专业核心课程 9：客户关系管理

内容简介：主要介绍客户关系的建立、发展与维护的基本知识。具体包括客户分类的方法、提高客户满意度的方法，提高客户忠诚度的方法、关系营销的层次。客户关系管理软件的功能介绍，连锁企业客户关系管理软件的导入与实施等问题。

### 七、集中实践教学环节

表 2：集中性实践教学环节统计表

实践环节名称	学分数	周数	学期	备注
入学教育	0.5	0.5	1	
军事训练	2	2	1	
专业认知实习	1	1	2	
营销策划实训	2	2	4	
项目实训	10	10	5,6	
专业综合实习与毕业实习	12	24	7-8	
毕业论文（设计）	10	14	8	
合计	37.5	53.5		

### 八、企业实习实践计划

1.实习实践目标：综合应用所学的市场营销专业知识和相关技能，熟悉实习相关任务的工作流程，能与其他人合作完成中型以上营销项目或独立完成小型营销项目；培养良好的个人职业素养、分析问题能力、团队协作能力等；结合专业综合实习任务，在学校和企业双

方指导老师的指导下完成毕业论文（设计）；了解市场营销发展现状及实习企业文化，逐步形成对所当前学习专业以及今后就业行业的认同。

2.合作企业：武汉盛隆电气集团有限公司，武汉群翔软件有限公司，湖北良品铺子食品有限公司，统一超商（上海）便利有限公司

### 3.实习实践标准

通过在企业的实习实践，使学生具备以下的知识、能力和素质：

（1）较全面、深入地了解相关工作的关系及重要作用，熟悉现行管理体制及实务操作技能，使学生对所学专业有更为全面的认识。

（2）帮助学生进一步消化、补充和巩固已学到的专业理论知识。通过实践环节，检查学生对所学知识的理解程度、掌握程度和实际应用能力。

（3）有针对性地锻炼学生观察问题、分析问题和解决问题的能力，促进学生将所学理论与实践相结合，培养他们脚踏实地、扎扎实实的工作作风，为今后较顺利地走上工作岗位打下一定的基础。

（4）培养社会交往和公关能力。

4.累计时间：41周

5.企业实习实践具体安排

表 3：企业学习安排表

项目	时间	计划安排	学习内容	培养目标
专业认知实习	1周（第2学期）	由教师带队学生实地参观专业实习基地，与企业营销总监现场交流，企业营销总监进行专业讲座，了解当前行业对岗位的相关要求。	参观营销型企业，营销现场，了解企业业务和相关流程，了解行业发展历程和现状。	了解营销企业发展及文化，初步认知营销岗位，树立自身职业发展规划。
营销策划实训	2周（第4学期）	学生在由企业提供的营销策划实训中集中开展综合性实践课程实习，由企业营销总监指导。	综合营销策划、商务谈判、团队协作等课程知识进行相关项目开发策划，完成一个企业真实项目，并完成营销策划方案报告。	熟悉策划的基本流程，并培养用营销的思想进行项目策划，能独立完成小型项目的策划。
专业综合实习与毕业实习	24周（第7、8学期）	学生进入学校安排的企业集中实习，由学校、企业指导老师共同指导。	根据所在实习岗位，学生参与到企业的真实项目中去，以企业实际项目的要求为学习和工作任务，及时完成企业营销总监布置的各项任务，并做好总结，开展实践为主的岗位训练。	系统培养营销策划能力，参与到企业营销的全过程，包括市场调查，需求分析，营销策划方案制定，执行及售后服务等，培养良好的个人职业素养、专业技能和团队协作能力。
毕业论文（设计）	14周（第8学期）	结合实习岗位工作内容，在企业和学校指导老师的指导下完成毕业论文（设计）。	综合专业相关知识，结合自己的专业方向和实践项目，完成毕业论文（设计），如市场调查、营销策划方案，并完成论文撰写。	根据所完成毕业论文（设计）对学生专业能力进行全面的训练和展现，并根据完成成果对学生专业能力进行评定。

## 九、课程结构及实践学分

表 4：课内课程学时学分统计表

总学时/总学分	课程类别	学时	占总学时百分比	学分	占总学分百分比	备注
2072/	通识教育必修课	744	36.2%	46.5	36.2%	

129.5	通识选修课	160	7.8%	10	7.8%	
	学科专业基础必修课	400	19.5%	25	19.5%	
	学科专业基础选修课	48	2.3%	3	2.3%	
	专业必修课	384	18.7%	24	18.7%	
	专业选修课	320	15.6%	20	15.6%	
	必修课合计	1528	74.3%	95.5	74.3%	
	选修课合计	528	25.7%	33	25.7%	

表 5：理论教学和实践教学结构统计表

课程类别		学分	小计	占总学分百分比
理论教学	通识教育必修课	32.5	93.5	56.7%
	学科专业基础必修课	22.25		
	专业必修课	17.5		
	通识教育选修课	10		
	学科专业基础选修课	1.25		
	专业选修课	10		
实践教学	入学教育	0.5	71.5	43.3%
	军事训练	2		
	实验	20		
	课内实践	14		
	项目实训	10		
	认知实习	1		
	营销策划实训	2		
	专业综合实习与毕业实习	12		
	毕业论文（设计）	10		
理论教学与实践教学合计		165		100%
创新创业与素质拓展		15		
总学分		180		

## 十、本专业教学执行计划表

### 1. 通识教育平台（必修 46.5 学分，选修 10 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分	教学时数				考核方式	开课学期	备注	
				总计	讲授	实验	实践				
通识教育课程平台	00011	思想道德修养与法律基础	3	48	32		16	考试	1		
	00021	中国近现代史纲要	2	32	24		8	考试	2		
	00031	马克思主义基本原理	3	48	32		16	考试	3		
	00041	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	6	96	64		32	考试	4		
	00051	形势与政策	2	32	32			考查	1-4	在线自主学习为主	
	00061	体育	7.5	120			120	考查	1-4	体育俱乐部制	
	00071	军事理论	2	32	32			考查	1	在线自主学习为主	
	00081	大学英语	13	208	208			考试	1-4	分级教学	
	00091	计算机基础	3	48	32	16		考试	1		
	00101	大学生心理健康教育	2	32	16		16	考查	2	在线自主学习为主	
	00111	大学生职业规划与就业指导	2	32	32			考查	2,6	在线自主学习为主	
	00121	创新创业基础	1	16	16			考查	3	在线自主学习为主	
	小计			46.5	744	520	16	208			
	通识教育选修课		综合素质课	10	160	160				2-8	在线自主学习为主，详见当学期公布的通识教育选修课清单
小计			10	160	160						
合计			56.5	904	680	16	208				

### 2. 学科专业基础课程平台（必修 25 学分，选修 3 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分 数	教学时数				考核 方式	开课 学期	备注	
				总计	讲授	实验	实践				
学科 专业 基础 必修 课	02921	经济数学（1）	6	96	96			考试	1, 2		
	01791	管理学原理	2	32	32			考试	1		
	02941	经济学	4	64	64			考试	2		
	02911	经济法	2	32	32			考试	2		
	04201	市场营销学	2	32	32			考试	2		
	05371	消费者行为学	2	32	24	8		考试	3		
	04651	统计学	3	48	32	16		考试	3		
	01781	管理信息系统	2	32	20	12		考试	3		
	03061	客户关系管理	2	32	24	8		考试	5		
	小计			25	400	356	44				
	学科 专业 基础 选修 课	02371	会计学原理	3	48	40	8		考试	2	选修 3 个 学分
		02632	计算机网络	2	32	20	12		考试	2	
		05861	应用文写作	1	16	16			考试	2	
		02931	经济数学（2）	3	48	48			考试	3	
	小计			3	48	36	12				
合计			28	448	392	56					



### 3. 专业课程平台（必修 24 学分，选修 21 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分 数	教学时数				考核 方式	开课 学期	备注	
				总计	讲授	实验	实践				
专业课程平台	01151	电子商务概论	3	48	32	16		考查	3		
	01912	广告学	2	32	24	8		考试	3		
	05381	销售管理	3	48	32	16		考试	3		
	04191	市场调查与预测	3	48	32	16		考查	4		
	03851	商务谈判	2	32	24	8		考查	4		
	05911	营销策划	3	48	32	16		考试	4		
	04771	网络营销	2	32	16	16		考查	4		
	05151	物流管理概论	2	32	32			考试	5		
	03871	商务英语	2	32	32			考查	5		
	02061	国际市场营销	2	32	24	8		考试	5		
	小计			24	384	280	104				
	04332	数据库原理与应用	3	48	32	16		考试	3	共 44 学分，选修 11 学分，其中《专业前沿》为讲座式授课	
	00583	财务管理概论	2	32	32			考试	3		
	01421	分销管理	2	32	32			考试	3		
	00761	产品管理	2	32	32			考试	3		
	06452	组织行为学概论	2	32	32			考试	4		
	01251	定价管理	2	32	32			考试	4		
	01992	国际贸易实务	3	48	40	8		考试	4		
	04021	生产运作管理	3	48	32	16		考试	4		
	00381	Office 高级应用	2	32		32		考查	5		
	06331	专业前沿	1	16			16	考查	5		
	01651	公共关系学	2	32	32			考试	5		
	03173	连锁经营管理	2	32	32			考试	5		
	03503	平面设计	2	32	16	16		考试	5		
05692	演讲与口才	2	32	32			考查	5			
00251	ERP 原理与应用	3	48	32	16		考查	6			
	03722	人力资源管理概论	2	32	32			考试	6		

课程类别	课程编号	课程名称	学分 数	教学时数				考核 方式	开课 学期	备注
				总计	讲授	实验	实践			
	01461	服务营销	2	32	32			考试	6	
	03831	商务礼仪	2	32	24	8		考查	6	
	03191	零售管理	2	32	32			考试	6	
	05912	营销风险管理	2	32	32			考试	6	
	03551	企业文化	1	16	16			考查	6	
	03821	商务策划原理	2	32	32			考试	5	商务策 划方向 限选， 数字营 销方向 任选
	03482	品牌运营与管理	2	32	24	8		考试	5	
	03561	企业形象策划	2	32	24	8		考查	6	
	00941	促销策划	2	32	16	16		考查	6	
	01671	公关策划	2	32	16	16		考查	6	
	05452	新媒体营销概论	2	32	24	8		考查	5	数字营 销方向 限选， 商务策 划方向 任选
	03841	商务数据分析	2	32		32		考试	5	
	04482	数字营销策划与创 意	4	64	32	32		考查	6	
	03671	全网营销	2	32	16	16		考试	6	
	小计		20	320	160	144	16			
	合计		44	704	440	248	16			

#### 4. 实践教学课程平台（必修 35.5 学分，选修 2 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分数	周数	开课学期	备注	
实践教学课程平台	其他	90011	入学教育	0.5	0.5	1	
	环节	90021	军事训练	2	2	1	
	实习实训	93071	认知实习	1	1	2	
		93111	推销实训	1	2	3	选修
		91401	营销策划实训	2	2	4	
		93091	专业综合实习与毕业实习	12	24	7-8	
		93081	毕业论文（设计）	10	14	8	
	项目实训	93101	商务谈判实训	1	1	5	
		91381	市场调查与预测实训	2	2	5	
		93131	国际市场营销综合实训	2	2	6	
		90881	经管综合仿真实训	3	3	6	
		93121	商务策划综合实训	2	2	6	商务策划方向限定选修
		91391	数字营销综合实训	2	2	6	数字营销方向限定选修
	小计			37.5	53.5		

#### 5. 创新创业与素质拓展平台（必修 2 学分，选修 13 学分）

创新创业与素质拓展必修：创业基础实践（网店运营与推广）

创新创业与素质拓展选修主要包括以下内容：

（1）实践素质拓展学分：包括创新创业实践、创新创业项目、科研训练、学科竞赛、发明专利、论文成果、课外阅读、学术讲座、社会实践与志愿服务、文体艺术与身心发展、社团活动与社会工作、技能培训等。通过认定的方式计算学分，具体认定范围与程序见《武汉工商学院创新创业与素质拓展学分认定办法》。

（2）课程素质拓展学分：包括选修英语拓展课程、中国传统文化拓展课程、艺术欣赏拓展课程、逻辑学拓展课程、博弈论拓展课程及跨专业选修课等课程。

#### 十一、培养方案执行说明

1. 非集中周教学课程学时学分规定：理论课程、实验实践课程按 16 学时计 1 学分。

2. 集中周次教学课程学时学分规定：校内课程实践（含课程设计、综合实践项目等）1 周计 1 学分；校外实践（含军训、认知实习、课程实习等）1 周计 1 学分、不计学时；专业综合实习与毕业实习打通，共计 24 周，计 12 学分，毕业论文（设计）共 14 周，计 10 学分。

系主任： 万 辉

教学副院长： 魏 华

院 长： 王学东