

市场营销专业 2024 版本本科培养方案

Undergraduate Education Plan for Specialty in

Marketing(2024)

专业名称	市场营销	主干学科	工商管理
Major	Marketing	Major Disciplines	Business Administration
计划学制	四年	授予学位	管理学学士
Duration	4years	Degree Granted	Bachelor of Management
所属大类	工商管理类	大类培养年限	1 年
Disciplinary	Business Administration	Duration	1year

最低毕业学分规定

Graduation Credit Criteria

课程分类 Course Classification 课程性质 Course Nature	通识教育课程 General Education Courses	学科基础课程 Disciplinary Fundamental Courses	专业课程 Specialty Elective Courses	个性课程 Personalized Course	集中性实践教学环节 Specialized Practice Schedule	课外学分 Extra- Course Credits	总学分 Total Credits
必修课 Required Courses	38	33	27.5	\	27.5	10	175
选修课 Elective Courses	9	\	24	6	\		

一、专业简介

1 Professional Introduction

市场营销专业于 2000 年首次招收本科生，2022 年获批湖北省一流本科专业建设点。本专业立足学科前沿，面向国家和区域经济社会发展和行业需求，凸显建材建工、交通和汽车三大行业特色，深耕学科交叉融合优势，依托强大的市场营销专业师资团队和国家一流课程，整合校内外、多学科优质教育资源，开设了“数字营销”和“产业营销”方向。

本专业致力于培养具有国际化视野，跨学科认知与科学人文素养，具有较强商业洞察能力、团队合作精神以及良好创新创业能力和沟通能力，兼具大数据思维和大数据分析能力，为各类大中型企业、政府部门、事业单位、科研机构和大专院校等培养能胜任营销管理与营销策划工作及从事营销科学研究的高级复合型营销人才。

The Marketing major first admitted undergraduate students in 2000 and was approved as a first-class undergraduate major construction site in Hubei Province in 2022. This major is based on the forefront of disciplines, catering to national and regional economic and social development and industry needs, highlighting the characteristics of the three major industries of building materials and construction, transportation, and automotive. It deeply cultivates the advantages of interdisciplinary integration, relies on a strong team of marketing professionals and national first-class courses, integrates high-quality educational resources from both inside and outside the school and multiple disciplines, and offers directions in "digital marketing" and "industrial marketing".

This major is dedicated to cultivating composite marketing professionals with an international perspective, interdisciplinary cognition, scientific and humanistic literacy, strong business insights, teamwork spirit, good innovation and entrepreneurship abilities, and communication skills. It also combines big data thinking and big data analysis abilities to cultivate advanced composite marketing talents who are competent in marketing management and planning work, as well as engaged in marketing science research for various large and medium-sized enterprises, government departments, public institutions, research institutions, and colleges.

二、培养目标与毕业要求

2 Educational Objectives & Requirements

(一) 培养目标

市场营销专业培养践行社会主义核心价值观，掌握市场营销专业理论、方法与技能，了解经济学、管理学、行为科学、设计科学以及数据科学在市场领域的应用，熟悉中国情境并具有全球视野、本土情怀、创新意识、跨学科认知与科学素养，适应国家战略需求以及建材建工、交通和汽车三大行业建设需求，具有较强的商业洞察力、团队合作精神以及创新的大数据思维能力，具备应用大数据和产业数字化技术解决营销管理问题的能力，适应社会主义市场经济发展的引领营销管理科学前沿、引领行业发展、引领区域发展，德智体美劳全面发展的营销管理专业复合型卓越人才。

本专业期待毕业生经过五年左右的工作实践，具有的职业能力和取得的职业成就如下：

- 1.具有社会主义核心价值观和科学世界观，拥有热爱国家和人民的责任与情怀，遵守法律和社会主义道德规范。
- 2.具备厚德博学、追求卓越的求真精神，富有创新意识和开拓精神，具备人文社会科学素养、坚毅的意志品质、营销职业道德以及良好的身体心理素质。
- 3.具有社会化思考、创新思维、产品思维、用户思维、数据思维、设计思维的跨学科多元思维。
- 4.掌握市场营销领域的专业理论与知识，具备市场营销调研能力、营销策划能力、销售管理能力以及分析和解决营销实际问题的能力，具有终身学习能力，能不断提升职业竞争力，促进专业可持续发展；具有良好的交流沟通能力和团队合作能力。
- 5.持续关注市场营销学科的发展现状、前沿和发展趋势，能够熟练查阅文献、梳理文献、凝练科学问题、设计研究方案，并有效采集与分析数据，开展营销科学研究。

2.1 Education Objectives

The marketing major cultivates high quality composite excellence talents who practice core socialist values, master the professional theory, methods and skills of marketing, the frontier and development of marketing theory, the application of economic management, behavioral science, design science, data science in the field of marketing, are familiar with the Chinese context and have global vision, local sentiment, innovation consciousness, interdisciplinary cognition and scientific literacy, adapt to the national strategic needs and the construction needs of the three major industries of building materials and construction, transportation, and automotive, have strong business insight, teamwork spirit and innovative big data thinking ability, own the ability to apply big data and industrial digital technology to solve marketing management problems, can adapt to the development of socialist market economy, leading the forefront of marketing management science, guiding industry development, and leading regional growth, and are well-rounded in moral, intellectual, physical, social, and aesthetic development.

This major expects graduates to have the following professional abilities and achievements after about five years of work practice:

- 1.To cultivate students to have core socialist values and scientific worldview, to have the responsibility and sentiment of loving the country and the people, and to abide by the law and socialist moral code.
- 2.To cultivate students with the spirit of truth-seeking, innovation and pioneering spirit, the literacy of humanities and social sciences, perseverance, and good physical and mental qualities.
- 3.To develop students' ability to think socially and to have interdisciplinary and multi-disciplinary thinking skills including innovative thinking, product thinking, user thinking, data thinking, and design

thinking.

4.To train students to master professional theories and knowledge in the field of marketing, to have the ability of marketing research, marketing planning, sales management, and the ability to analyze and solve practical marketing problems, to have good oral and written expression, communication skills and teamwork skills.

5.To enable students to pay continuous attention to the current situation, frontiers and development trends of marketing disciplines, to be able to skillfully review literature, organize literature, condense scientific questions, design research proposals, and effectively collect and analyze data to conduct marketing science research.

(二) 毕业要求

本专业学生毕业时应当达到中国工程教育专业认证协会工程教育认证标准规定的的能力，即：

1. 学科知识:具有从事市场营销专业相关工作所需要的数学、统计学、经济学、管理基础和营销专业知识，能够将其用于解决市场营销调研、策划、销售等过程中的复杂管理问题，了解建材、建工、交通和汽车三大行业领域的知识与技能。

2. 管理问题识别与分析:具备发现营销管理问题的洞察力和判断力，能够运用现代信息技术、数据科学、行为科学以及营销管理理论与方法，识别、表达，并能够通过文献研究、分析市场营销相关领域的复杂管理问题，以获得有效结论。

3. 解决方案策划与评估:具备设计针对市场营销专业领域复杂管理问题的解决方案，设计满足需求的营销管理方案，并能够在问题解决过程中体现创新意识和批判性思维，考虑社会、文化、政策、法律以及环境等因素。

4. 管理研究素养:熟练掌握市场营销专业的基础理论、知识与方法，了解本学科的理论前沿及发展动态；能够基于市场营销基本理论并采用科学方案对复杂营销问题进行研究，包括市场调研、实验设计、数据分析与解释，并能够通过信息综合得到合理有效的结论。

5. 数字技术与专业工具应用:掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的基本方法，能够针对复杂营销管理问题，开发、选择与使用恰当的技术、资源、工具，包括对消费者心理与行为的预测，并能够理解其局限性。

6. 可持续发展:能够理解和评价针对营销管理问题的营销实践对环境、社会、经济可持续发展的影响。

7. 伦理与职业规范:能够基于专业基础理论和营销管理相关背景知识进行合理分析，评价营销实践和复杂营销问题解决方案对社会、文化、政策、法律以及环境的影响，并理解应承担的责任。具有较高的审美情趣与人文素养，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力，能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德规范，充满责任感地工作。

8. 个人发展与团队合作:具有较强的组织管理能力、表达能力、人际交往能力和团队合作能力，能够在团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。

9. 沟通与表达:能够就市场营销相关领域的复杂问题和解决方案与同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括书面和口头表达，并具有国际视野和一定的国际交流与合作能力。

10. 创业创新能力:具备较强的创新精神，掌握基本的创新方法；具有创业的意识 and 能力。

11. 终身学习:具有自主学习和终身学习的意识，具有不断学习和适应发展的能力。

2.2 Graduation Requirements

Upon graduation, students in this major should meet the abilities required by the Engineering Education Certification Standards of the China Engineering Education Professional Certification Association, namely:

1.Students are expected to have the expertise of mathematics, statistics, economics, management fundamentals and marketing needed to engage in marketing-related work, and be able to use them to solve complex management problems in the process of marketing research, planning, and sales, and understand the knowledge and skills of the three major industries of building materials construction, transportation, and automotive.

2.Students are expected to have the ability of the insight and judgment to identify marketing management problems and be able to use modern information technology, data science, behavioral science, and marketing management theories and methods to identify, express, research, and analyze complex management problems in marketing-related fields through literature in order to obtain effective

conclusions.

3.Students are expected to have the ability to design solutions to complex management problems in the field of marketing expertise, and to design marketing management solutions that meet needs, and be able to demonstrate a sense of innovation and critical thinking in the problem solving process, taking into account social, cultural, policy, legal, and environmental factors.

4.Students are expected to be proficient in the basic theories, knowledge, and methods of the marketing profession, and understand the theoretical frontiers and developments in the discipline, and be able to conduct research on complex marketing problems based on basic marketing theories and using scientific solutions, including market research, experimental design, data analysis and interpretation, and be able to obtain reasonable and effective conclusions through information synthesis.

5.Students should master the basic methods of literature search, data inquiry, and the use of modern information technology to obtain relevant information, and be able to develop, select, and use appropriate techniques, resources, and tools for complex marketing management problems, including the prediction of consumer psychology and behavior, and be able to understand their limitations.

6.Students are expected to understand and evaluate the impact of marketing practices on environmental, social, and economic sustainability in response to marketing management issues.

7.Students are expected to have the ability to undertake sound analysis based on professional grounded theory and background knowledge related to marketing management, to evaluate the impacts of marketing practices and solutions to complex marketing problems on society, culture, policy, law, and environment, and to understand the corresponding responsibilities. Students are expected to have high aesthetic and humanistic qualities, stable, upward, strong and constant emotional strength, willpower and charisma, and be able to understand and abide by the marketing professional code of ethics and work with a sense of responsibility in marketing practice.

8.Students are expected to have strong organizational and management skills, presentation skills, interpersonal skills and teamwork skills, and be able to assume the role of individual, team member and leader in a team.

9.Students are expected to be able to communicate and interact effectively, both written and verbally, with peers and the public on complex issues and solutions in marketing-related fields, and to have an international perspective and the ability to communicate and cooperate internationally.

10.Students are required to have a strong spirit of innovation, master the basic methods of innovation, and have entrepreneurial awareness and ability.

11.Students are expected to have a sense of self-directed and lifelong learning, and the ability to learn and adapt to development on an ongoing basis.

附：培养目标实现矩阵

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				√	
毕业要求 10		√			

毕业要求 11				√	√

毕业要求的达成需以课程（教学环节）的教学活动为支撑。本专业为 合理设置课程体系、落实对毕业要求的支撑课程，对各项毕业要求进行了解。每项毕业要求（一级指标）被分解为若干层层递进的指标点（二级指标），前一指标点的达成是下一指标点达成的基础，而下一指标点的达成是前一指标点的升华，所有指标点一起，支撑了该毕业要求的达成。根据上述分解方法，本专业各项毕业要求的指标点分解如下表所示。

表：毕业要求指标点的分解

毕业要求	指标点
毕业要求 1. 学科知识:具有从事市场营销专业相关工作所需要的数学、统计学、经济学、管理基础和营销专业知识，能够将其用于解决市场营销调研、策划、销售等过程中的复杂管理问题，了解建材建工、交通和汽车三大行业领域的知识与技能。	1.1 能将市场营销专业所需的数学、经济学、心理学、统计学、管理学相关的专业语言用于营销管理问题的表述
毕业要求 1. 学科知识:具有从事市场营销专业相关工作所需要的数学、统计学、经济学、管理基础和营销专业知识，能够将其用于解决市场营销调研、策划、销售等过程中的复杂管理问题，了解建材建工、交通和汽车三大行业领域的知识与技能。	1.2 能针对具体的营销管理问题建立数学模型或管理模型并求解
毕业要求 1. 学科知识:具有从事市场营销专业相关工作所需要的数学、统计学、经济学、管理基础和营销专业知识，能够将其用于解决市场营销调研、策划、销售等过程中的复杂管理问题，了解建材建工、交通和汽车三大行业领域的知识与技能。	1.3 掌握市场营销专业的营销调研、营销策划、品牌管理、物流供应链管理、商务谈判、客户关系管理、网络营销、大数据营销、产业营销等基本理论，并能够将相关专业知用于营销管理问题的推演与分析
毕业要求 1. 学科知识:具有从事市场营销专业相关工作所需要的数学、统计学、经济学、管理基础和营销专业知识，能够将其用于解决市场营销调研、策划、销售等过程中的复杂管理问题，了解建材建工、交通和汽车三大行业领域的知识与技能。	1.4 能够将相关市场营销知识或数学模型用于营销管理问题解决方案的比较与综合
毕业要求 2. 管理问题识别与分析:具备发现营销管理问题的洞察力和判断力，能够运用现代信息技术、数据科学、行为科学以及营销管理理论与方法，识别、表达，并能够通过文献研究、分析市场营销相关领域的复杂管理问题，以获得有效结论。	2.1 能够应用数学、经济学、心理学、统计学、管理学等基本原理与方法，发现营销管理问题中存在的问题
毕业要求 2. 管理问题识别与分析:具备发现营销管理问题的洞察力和判断力，能够运用现代信息技术、数据科学、行为科学以及营销管理理论与方法，识别、表达，并能够通过文献研究、分析市场营销相关领域的复杂管理问题，	2.2 能够应用数学、经济学、心理学、统计学、管理学等基本原理与方法，正确阐释营销管理中存在的问题

以获得有效结论。	
毕业要求 2. 管理问题识别与分析:具备发现营销管理问题的洞察力和判断力,能够运用现代信息技术、数据科学、行为科学以及营销管理理论与方法,识别、表达,并能够通过文献研究、分析市场营销相关领域的复杂管理问题,以获得有效结论。	2.3 掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的基本方法
毕业要求 2. 管理问题识别与分析:具备发现营销管理问题的洞察力和判断力,能够运用现代信息技术、数据科学、行为科学以及营销管理理论与方法,识别、表达,并能够通过文献研究、分析市场营销相关领域的复杂管理问题,以获得有效结论。	2.4 能运用基本原理,借助文献研究,理论联系实际分析企业营销管理中实践问题的影响因素,获得有效解决方案
毕业要求 3. 解决方案策划与评估:具备设计针对市场营销专业领域复杂管理问题的解决方案,设计满足需求的营销管理方案,并能够在问题解决过程中体现创新意识和批判性思维,考虑社会、文化、政策、法律以及环境等因素。	3.1 掌握大数据营销和产业营销管理问题的基本设计/解决方法和技术,了解影响目标和解决方案的各种因素
毕业要求 3. 解决方案策划与评估:具备设计针对市场营销专业领域复杂管理问题的解决方案,设计满足需求的营销管理方案,并能够在问题解决过程中体现创新意识和批判性思维,考虑社会、文化、政策、法律以及环境等因素。	3.2 能够针对市场营销专业领域复杂管理问题设计满足需求的营销管理方案
毕业要求 3. 解决方案策划与评估:具备设计针对市场营销专业领域复杂管理问题的解决方案,设计满足需求的营销管理方案,并能够在问题解决过程中体现创新意识和批判性思维,考虑社会、文化、政策、法律以及环境等因素。	3.3 能够在问题解决过程中体现创新意识和批判性思维,考虑社会、文化、政策、法律以及环境等因素
毕业要求 3. 解决方案策划与评估:具备设计针对市场营销专业领域复杂管理问题的解决方案,设计满足需求的营销管理方案,并能够在问题解决过程中体现创新意识和批判性思维,考虑社会、文化、政策、法律以及环境等因素。	3.4 能够依据具体的管理情境,考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等制约因素
毕业要求 4. 管理研究素养:熟练掌握市场营销专业的基础理论、知识与方法,了解本学科的理论前沿及发展动态;能够基于市场营销基本理论并采用科学方案对复杂营销问题进行研究,包括市场调研、实验设计、数据分析与解释,并能够通过信息综合得到合理有效的结论。	4.1 具备应用数学和统计学及相关理论,通过文献研究或相关方法,对营销管理问题进行调研方案设计
毕业要求 4. 管理研究素养:熟练掌握市场营销专业的基础理论、知识与方法,了解本学科的理论前沿及发展动态;能够基于市场营销基本理论并采用科学方案对复杂营销问题进行研究,包括市场调研、实验设计、数据分析与解释,并能够通过信息综合得到合理有效的结论。	4.2 能够根据企业营销管理问题特征,选择研究路线,设计可选择的解决方案
毕业要求 4. 管理研究素养:熟练掌握市场营销专业的基础理论、知识与方法,了解本学科的理论前沿及发展动态;能够基于市场营销基本理论并采用科学方案对复杂营销问题进行研究,包括市场调研、实验设计、数据分析与解释,	4.3 具备开展实地调研,正确收集相关数据与信息

并能够通过信息综合得到合理有效的结论。	
毕业要求 4. 管理研究素养:熟练掌握市场营销专业的基础理论、知识与方法,了解本学科的理论前沿及发展动态;能够基于市场营销基本理论并采用科学方案对复杂营销问题进行研究,包括市场调研、实验设计、数据分析与解释,并能够通过信息综合得到合理有效的结论。	4.4 具备对相关数据与信息和分析能力,在此基础上得出合理有效结论
毕业要求 5. 数字技术与专业工具应用:掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的基本方法,能够针对复杂营销管理问题,开发、选择与使用恰当的技术、资源、工具,包括对消费者心理与行为的预测,并能够理解其局限性。	5.1 了解现代企业市场营销活动必须的管理工具、统计工具和模拟软件的使用原理和方法,并理解其局限性
毕业要求 5. 数字技术与专业工具应用:掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的基本方法,能够针对复杂营销管理问题,开发、选择与使用恰当的技术、资源、工具,包括对消费者心理与行为的预测,并能够理解其局限性。	5.2 能够针对复杂营销管理问题,选择和运用相应的管理工具、统计工具和模拟软件,对复杂营销管理问题进行分析、计算与设计
毕业要求 5. 数字技术与专业工具应用:掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的基本方法,能够针对复杂营销管理问题,开发、选择与使用恰当的技术、资源、工具,包括对消费者心理与行为的预测,并能够理解其局限性。	5.3 能够针对具体的对象,开发或选用满足特定需求的现代管理工具,模拟和预测专业问题,并能够分析其局限性
毕业要求 6. 可持续发展:能够理解和评价针对营销管理问题的营销实践对环境、社会、经济可持续发展的影响。	6.1 知晓和理解环境保护、社会营销等可持续发展的理念和内涵
毕业要求 6. 可持续发展:能够理解和评价针对营销管理问题的营销实践对环境、社会、经济可持续发展的影响。	6.2 具有较强的环境保护和可持续发展意识,能够理解并评估营销行为对环境、健康、安全的影响
毕业要求 7. 伦理与职业规范:能够基于专业基础理论和营销管理相关背景知识进行合理分析,评价营销实践和复杂营销问题解决方案对社会、文化、政策、法律以及环境的影响,并理解应承担的责任。具有较高的审美情趣与人文素养,具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力,能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德规范,充满责任感地工作。	7.1 了解三大行业与企业的相关产业政策和法律法规,理解不同社会文化对营销管理活动的影响
毕业要求 7. 伦理与职业规范:能够基于专业基础理论和营销管理相关背景知识进行合理分析,评价营销实践和复杂营销问题解决方案对社会、文化、政策、法律以及环境的影响,并理解应承担的责任。具有较高的审美情趣与人文素养,具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力,能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德规范,充满责任感地工作。	7.2 践行社会主义核心价值观,具备良好思想道德素质和社会责任感
毕业要求 7. 伦理与职业规范:能够基于专业基础	7.3 能够在工作中积极履行社会责任,有正确

理论和营销管理相关背景知识进行合理分析，评价营销实践和复杂营销问题解决方案对社会、文化、政策、法律以及环境的影响，并理解应承担的责任。具有较高的审美情趣与人文素养，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力，能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德规范，充满责任感地工作。	价值观，理解个人与社会的关系，了解中国国情。能够在营销实践中理解并遵守营销职业道德规范，充满责任感地工作。理解营销从业者对公众的安全、健康和福祉，以及环境保护与可持续发展的社会责任，能够在管理活动中自觉履行责任
毕业要求 8. 个人发展与团队合作:具有较强的组织管理能力、表达能力、人际交往能力和团队合作能力，能够在团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。	8.1 能够与其他学科的成员有效沟通、合作共事
毕业要求 8. 个人发展与团队合作:具有较强的组织管理能力、表达能力、人际交往能力和团队合作能力，能够在团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。	8.2 具备健康的心理素质和优秀的情商与经受挫折、克服困难的勇气与能力，能够在团队中独立和合作开展工作
毕业要求 8. 个人发展与团队合作:具有较强的组织管理能力、表达能力、人际交往能力和团队合作能力，能够在团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。	8.3 具备良好的团队意识与合作精神以及组织协调、领导与管理能力，能够组织、协调和指挥团队开展工作
毕业要求 9. 沟通与表达:能够就市场营销相关领域的复杂问题和解决方案与同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括书面和口头表达，并具有国际视野和一定的国际交流与合作能力。	9.1 能够就市场营销相关领域的复杂问题和解决方案与同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括书面和口头表达
毕业要求 9. 沟通与表达:能够就市场营销相关领域的复杂问题和解决方案与同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括书面和口头表达，并具有国际视野和一定的国际交流与合作能力。	9.2 了解市场营销专业领域的国际发展趋势、研究热点，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性
毕业要求 9. 沟通与表达:能够就市场营销相关领域的复杂问题和解决方案与同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括书面和口头表达，并具有国际视野和一定的国际交流与合作能力。	9.3 具备跨文化交流的语言和书面表达能力，能够在跨文化背景下进行基本沟通和交流
毕业要求 10. 创业创新能力:具备较强的创新精神，掌握基本的创新方法；具有创业的意识 and 能力。	10.1 具有批判性思维，掌握批判性方法
毕业要求 10. 创业创新能力:具备较强的创新精神，掌握基本的创新方法；具有创业的意识 and 能力。	10.2 了解企业营销管理前沿发展状态，理解存在的问题，具备良好的创新意识
毕业要求 10. 创业创新能力:具备较强的创新精神，掌握基本的创新方法；具有创业的意识 and 能力。	10.3 具有较强的创业营销意识和能力，能够发现并抓住市场机遇，提出新的设想，创造新的价值
毕业要求 11. 终身学习:具有自主学习和终身学习的意识，具有不断学习和适应发展的能力。	11.1 坚持自主学习和终身学习的意识
毕业要求 11. 终身学习:具有自主学习和终身学习的意识，具有不断学习和适应发展的能力。	11.2 有较强的终身学习意识和自主学习能力，在营销实践中具有不断学习和适应发展的能力

附：毕业要求实现矩阵

课程名称	市场营销专业毕业要求											
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	

交通运输工程概论(10055111055)	H		M									
汽车产业理论与实务(10075121081)	H		M									
智能制造装备(10085117032)	H		M									
Python 程序设计基础 B(10121121085)					M							
计算机基础与 Python 程序设计综合实验 B(10121221089)					H							
线性代数(10153111001)		M	H									
高等数学 B 下(10153121058)		M	H									
高等数学 B 上(10153121059)		M	H									
概率论与数理统计 B(10155111054)		M	H									
管理学原理 A(10173124001)	H						M					
学科导论(10173124002)	H			M								
大数据与人工智能管理概论(10173124165)	H				M							
财务管理 A(10173124220)	H											
会计学原理(10173124427)	H											
市场营销学(10173124428)	H		H									
销售管理(10174111008)	H								H	M		
网络营销 B(10174111009)		M			H							
消费者行为学 B(10174117097)	H	H		M								
营销管理与策划 C(10174117098)	H		H									
创业营销(10174117146)						M				H	M	
营销调研(10174117156)	H	M			H							
产业市场营销(10174121128)	H			M								
生产与运作管理(10174121129)	M											
营销大数据分析(10174121130)		H		H								
营销应用统计模型(10174121131)	H				H							
数据挖掘与商务智能(10174121134)	M				H							
数据库原理及应用(10174121138)				M	H							
消费者行为观察实验(10174221177)		H		M								
项目管理 A(10175111019)	M	M	L									
管理信息系统 B(10175111027)	H	M						L				
公共关系学(10175111030)	M					M						
财务报表分析 A(10175113011)		M										
整合营销传播(10175117029)	M				M							
数据驱动营销(10175117032)	H	M			H							
服务营销与管理 B(10175117056)	H					L						
顾客关系管理(10175117067)	H						M					
品牌管理(10175117080)	H					M						
零售与分销渠道管理(10175117081)	H					M						
旅游业营销(10175121005)	H		M									
人工智能与商务应用(10175121007)					H						M	
数字营销战略(10175121008)	M				H	M						
全球营销管理(10175121010)	M						M					

营销创新(10175121011)					M				H		
物流管理(10175121012)	H			M							
营销咨询与案例分析(10175121013)		M		H							
可视化营销(10175121015)	M			H							
质性研究方法与软件操作(10175121016)		H	H					H			
数字与社交媒体营销(10175121107)		M		H							
管理统计学 B(10175124434)	H		H								
管理运筹学 C(10175124435)	H		H					H			
商务谈判 A(10175124538)	M					M	H				
营销伦理与道德(10175124539)			M		H				M		
营销前沿与论文写作(10175124540)		M	H								
金融业营销 A(10175124571)	H		M								
项目可行性研究(10176121330)		H		M							
管理工效学(10176121383)	H		M								
商务交流与礼仪(10176124567)							H		M		
专业认知实习(10177321190)	H	M									
毕业实习(10177321191)	M	H	M								
创业营销实训(10177321201)		M						H			
销售者情商、团队与领导力训练 (10177321204)						M	H				
定量分析软件实训(10177321205)			M	H							
营销策划大赛(10177321206)		M	H					M			
营销调研实训(10177321207)		H	M								
网络营销实训(10177324455)		M	H								
顾客关系管理实训(10177324456)	H				M		M				
市场营销模拟实训(10177324470)		H				M					
市场营销毕业论文(10177325001)	H	M						H	M		
经济学原理(10184121053)	H	M									
设计思维(10195121110)		H			L						
大学英语 4(10201121071)							H				
大学英语 3(10201121072)							H				
大学英语 2(10201121073)							H				
大学英语 1(10201121074)							H				
营销研究方法(10204111004)		H	M	H							
管理心理与行为 B(10205111007)	H					M					
思想道德与法治(10211124001)					M	H					
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (10211124002)					M	H					
习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (10211124003)					M	H					
马克思主义基本原理(10211124004)					M	H					
中国近现代史纲要(10211124005)					H	M					
形势与政策(10218121092)						H					
形势与政策(10218121093)						H					

形势与政策(10218121094)								H					
形势与政策(10218121095)								H					
形势与政策(10218121096)								H					
形势与政策(10218121097)								H					
形势与政策(10218121098)								H					
形势与政策(10218121099)								H					
经济法 B(10224111016)		M					M						
创业学(10253124430)		H									M		
体育 4(10271117043)									L				
体育 3(10271117044)									L				
体育 2(10271117045)									L				
体育 1(10271117046)									L				
军事理论(10381121001)										M			
军事技能训练(10381321003)										L			
心理健康教育(10388117003)												H	
通识教育选修课	“四史”类									L			
	人文社科类											M	
	科技创新类										M		
	经济管理类											M	
	创新创业类										M		
	艺术审美类											M	
	体育健康类											M	
备注：表中用“H”、“M”、“L” 分别表示该课程对指标点的支撑强度为“高”、“中”、“低”。													

三、专业核心课程

3 Core Courses

四、 教学建议进程表

4 Course Schedule

开课单位 Course College	课程编号 Course Number	课程名称 Course Title	学分 Crs	学时分配 Including						建议修读学 期 Suggested Term	先修课程 Prerequisite Course
				总学时 Tot hrs.	理论 Theory	实验 Exp.	上机 Ope-ratio.	实践 Prac-tice.	课外 Extra-cur.		
(一) 通识教育必修课程 I General Education Compulsory Courses											
计算机与人工智能学院	10121121085	Python 程序设计基础 B Foundation of Python Programming B	2	32	32	0	0	0	0	2	
计算机与人工智能学院	10121221089	计算机基础与 Python 程序设计综合实验 B Comprehensive Experiments of Foundation of Computer and PYTHON Language Programming B	1	32	0	32	0	0	0	2	
外国语学院	10201121071	大学英语 4 College English IV	2	48	32	0	0	0	16	4	大学英语 2
外国语学院	10201121072	大学英语 3 College English III	2	32	32	0	0	0	0	3	
外国语学院	10201121073	大学英语 2 College English II	2	32	32	0	0	0	0	2	大学英语 1
外国语学院	10201121074	大学英语 1 College English I	2	32	32	0	0	0	0	1	
马克思主义学院	10211124001	思想道德与法治 Morality and the rule of law	3	48	42	0	0	6	0	1	
马克思主义学院	10211124002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 Introduction to Mao Zedong Thought and Socialism with Chinese Characteristics	3	48	30	0	0	18	0	3	
马克思主义学院	10211124003	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	48	36	0	0	12	0	4	
马克思主义学院	10211124004	马克思主义基本原理 Fundamental Principles of Marxism	3	48	42	0	0	6	0	4	
马克思主义学院	10211124005	中国近现代史纲要 Outline of Contemporary and Modern Chinese History	3	48	42	0	0	6	0	2	
马克思主义学院	10218121092	形势与政策 Situation & Policy	0.25	8	8	0	0	0	0	1	
马克思主义学院	10218121093	形势与政策 Situation & Policy	0.25	8	8	0	0	0	0	2	
马克思主义学院	10218121094	形势与政策 Situation & Policy	0.25	8	8	0	0	0	0	3	

体育健康类 Sports and Health											
小 计 Subtotal				9	144						
(三) 学科基础课程 3 Disciplinary Fundamental Courses											
数学与统计学院	10153111001	线性代数 Linear Algebra	2.5	40	40	0	0	0	0	2	
数学与统计学院	10153121058	高等数学 B 下 Advanced Mathematics II	5.5	88	88	0	0	0	0	2	
数学与统计学院	10153121059	高等数学 B 上 Advanced Mathematics I	4.5	72	72	0	0	0	0	1	
数学与统计学院	10155111054	概率论与数理统计 B Probability and Mathematical Statistics	3	48	48	0	0	0	0	3	线性代数
管理学院	10173124001	管理学原理 A The Principles of Management A	2	32	32	0	0	0	0	1	
管理学院	10173124002	学科导论 Introduction of Major	1.5	24	24	0	0	0	0	1	
管理学院	10173124165	大数据与人工智能管理概论 Introduction to big data and artificial intelligence	1.5	24	24	0	0	0	0	2	
管理学院	10173124220	财务管理 A Financial Management	2	32	32	0	0	0	0	3	
管理学院	10173124427	会计学原理 Accounting Principle	2	32	32	0	0	0	0	2	
管理学院	10173124428	市场营销学 Principles of Marketing	2	32	32	0	0	0	0	2	
经济学院	10184121053	经济学原理 Principles of Economics	2.5	40	40	0	0	0	0	1	
管理学院	10205111007	管理心理与行为 B Management Psychology and Behavior	2	32	32	0	0	0	0	4	
创业学院	10253124430	创业学 New Venture Creation	2	32	32	0	0	0	0	3	
小 计 Subtotal				33	528	528	0	0	0	0	
修读说明： NOTE:											
(四) 专业必修课程 4 Specialized Required Courses											
管理学院	10174111008	销售管理 Sale Management	2	32	32	0	0	0	0	5	
管理学院	10174111009	网络营销 B	2	32	32	0	0	0	0	3	市场营销学

		Internet Marketing									
管理学院	10174117097	消费者行为学 B Consumer Behavior	2.5	40	40	0		0		3	
管理学院	10174117098	营销管理与策划 C Marketing Management and Programme Creation	2.5	40	40	0		0		4	
管理学院	10174117146	创业营销 Entrepreneurial Marketing	2	32	32	0		0		6	
管理学院	10174117156	营销调研 Marketing Research	2.5	40	40	0	0	0	0	3	市场营销学
管理学院	10174121128	产业市场营销 Industrial Marketing	2.5	40	32	0	0	8	0	5	
管理学院	10174121129	生产与运作管理 Manufacturing and Operation Management	2.5	40	32	0	8	0	0	4	运筹学 C2, 管理学原理 A
管理学院	10174121130	营销大数据分析 Big Data Analytics in Marketing	2.5	40	32	8	0	0	0	5	
管理学院	10174121131	营销应用统计模型 Marketing Application Statistical Model	2.5	40	32	0	8	0	0	4	
管理学院	10174221177	消费者行为观察实验 Consumer Behavior Observation Experiment	1	32	0	32	0	0	0	4	市场营销学
管理学院	10175111019	项目管理 A Project Management	2	32	32	0	0	0	0	4	
管理学院	10175117032	数据驱动营销 Data-Driven Marketing	2	32	32	0		0		6	市场营销学
管理学院	10175117056	服务营销与管理 B Services Marketing and Management	2	32	32	0		0		5	市场营销学
管理学院	10175117067	顾客关系管理 Customer Relationship Management	2	32	32	0		0		6	
管理学院	10204111004	营销研究方法 Marketing Research Methods	2	32	32	0	0	0	0	4	
小 计 Subtotal			34.5	568	504	40	16	8	0		
修读说明: NOTE:											
(五) 专业选修课程 5 Specialized Elective Courses											
(1) 专业选修-数字营销											
管理学院	10174121134	数据挖掘与商务智能 Data Mining and Business Intelligence	2	32	32	0	0	0	0	5	undefined

管理学院	10175121008	数字营销战略 Digital Marketing Strategies	2	32	24	0	0	8	0	6	市场营销学
管理学院	10175121007	人工智能与商务应用 Artificial Intelligence and Business Application	2	32	24	0	8	0	0	6	
管理学院	10174121138	数据库原理及应用 Principle and Application of Database	2	32	32	0	0	0	0	4	
(1) 专业选修-产业营销											
机电工程学院	10085117032	智能制造装备 Intelligent Manufacturing Equipment	2	32	32	0	0	0	0	7	
管理学院	10175121005	旅游业营销 Tourism Marketing	2	32	24	0	8	0	0	6	市场营销学
管理学院	10175124571	金融业营销 A Financial Marketing	2	32	24	0	0	8	0	6	
汽车工程学院	10075121081	汽车产业理论与实务 Theory and Practice of Automobile Industry	2	32	32	0	0	0	0	4	
(1) 专业选修-带*课程											
管理学院	10175117081	零售与分销渠道管理 Etailing and Distribution Channel Management	2.5	40	32	0	8	0	0	5	市场营销学
管理学院	10175121010	全球营销管理 Global Marketing Management	2	32	32	0	0	0	0	6	
管理学院	10175121012	物流管理 Logistics Management	2.5	40	32	0	0	8	0	5	市场营销学
管理学院	10175121011	营销创新 Marketing Innovation	2	32	32	0	0	0	0	6	市场营销学
(1) 专业选修-普通											
管理学院	10175124539	营销伦理与道德 Marketing Ethics and Morality	2	32	32	0	0	0	0	7	
管理学院	10175124540	营销前沿与论文写作 Marketing Frontiers and Thesis Writing	2	32	32	0	0	0	0	7	
管理学院	10176121383	管理工效学 Managerial Ergonomics	2	32	32	0	0	0	0	6	
艺术与设计学院	10195121110	设计思维 Design Thinking	2	32	32	0	0	0	0	3	
管理学院	10175124538	商务谈判 A Business Negotiation A	2	32	16	0	0	16	0	5	

管理学院	10175124435	管理运筹学 C Operating Research	2.5	40	40	0	0	0	0	5	线性代数
管理学院	10175124434	管理统计学 B Managerial Statistics	2.5	40	40	0	0	0	0	4	
管理学院	10175121107	数字与社交媒体营销 Digital & Social Media Marketing	2	32	24	0	0	8	0	4	
管理学院	10175121016	质性研究方法 with 软件操作 Qualitative Research Methodology and Software Operation	2.5	40	24	0	16	0	0	5	市场营销学
管理学院	10175121015	可视化营销 Visualization Marketing	2	32	24	8	0	0	0	5	
管理学院	10175121013	营销咨询与案例分析 Marketing Consulting and Case Studies	2	32	16	0	0	16	0	6	
管理学院	10175117080	品牌管理 Product Management	2	32	32	0	0	0	0	4	
管理学院	10175117029	整合营销传播 Integrated Marketing Communication	2	32	32	0		0		6	
管理学院	10175113011	财务报表分析 A Analysis of Financial Report	2	32	32	0	0	0	0	6	
管理学院	10175111030	公共关系学 Public Relationship	2	32	32	0	0	0	0	5	
管理学院	10175111027	管理信息系统 B Management Information System	3	48	30	0	18	0	0	3	
法学与人文社会学院	10224111016	经济法 B Economic Law	2	32	32	0	0	0	0	6	
小 计 Subtotal			61.5	984	854	8	58	64	0		
修读说明:每位学生应完成不少于 24 学分的课程, 其中: (1) 带*的课程中, 至少选修 7 学分。(2) “数字营销”和“产业营销”下设的选修课程中, 该方向学生至少选修 4 学分。(3) 其他公共选修课至少选修 13 学分。 NOTE:Sudents are required to obtain at least 24 credits. (1) Specialized Elective Courses with *, ≥ 7 credits. (2) Specialized elective courses from module of Digital Marketing or modules of Industrial Marketing, ≥4 credits. (3) Other specialized elective courses, ≥13 credits.											
(六) 个性课程 6 Personalized Elective Courses											
交通与物流工程学院	10055111055	交通运输工程概论 Introduction to Transportation Engineering	2	32	32	0	0	0	0	4	概率论与数理统计 A, 运筹学 A
管理学院	10176121330	项目可行性研究 Feasibility Study of Project	2	32	32	0	0	0	0	5	
管理学院	10176124567	商务交流与礼仪 Business Communication and Etiquette	2	32	32	0	0	0	0	6	

小 计 Subtotal			6	96	96	0	0	0	0		
修读说明:学生从以上个性课程和学校发布的其它个性课程目录中选课, 要求至少选修 6 学分。 NOTE:Sudents can select courses from above and the other personalized courses in catalog, and are required to obtain at least 6 credits.											
(七) 集中性实践教学环节 7 Specialized Practice Schedule											
(1)集中性实践教学环节											
管理学院	10177321190	专业认知实习 Specialty Internship	1.5	24	0	0	0	24	0	4	
管理学院	10177321191	毕业实习 Practical Training in Major	6	96	0	0	0	96	0	7	
管理学院	10177321201	创业营销实训 Field Study: Entrepreneurial Marketing Training	1.5	24	0	0	0	24	0	7	
管理学院	10177321204	销售者情商、团队与领导力训练 Emotional Intelligence, Teamwork and Leadership Training for Sales Personnel	1.5	24	0	0	0	24	0	6	市场营销学
管理学院	10177321205	定量分析软件实训 Quantitative Analysis Software Training	1.5	24	0	0	0	24	0	5	
管理学院	10177321206	营销策划大赛 Marketing Planning Competition	1.5	24	0	0	0	24	0	4	营销管理与 策划 C
管理学院	10177321207	营销调研实训 Marking Survey	1.5	24	0	0	0	24	0	3	
管理学院	10177324455	网络营销实训 Internet Marketing Training	1.5	24	0	0	0	24	0	3	网络营销 B
管理学院	10177324456	顾客关系管理实训 Customer Relationship Management Training	1.5	24	24	0	0	0	0	6	
管理学院	10177324470	市场营销模拟实训 Marketing Simulation	1.5	24	0	0	0	24	0	6	
管理学院	10177325001	市场营销毕业论文 Graduation Thesis in Marketing	8	256	0	0	0	256	0	8	
小 计 Subtotal			27.5	568	24	0	0	544	0		
修读说明: NOTE:											

五、 修读指导

5 Recommendations on Course Studies

1. 课外培养方案详见《武汉理工大学第二课堂课外学分实施办法》。
2. 汉语授课本科层次国际学生汉语类课程修读要求详见《武汉理工大学本科层次国际学生公共汉语课程设置与修读要求》，其它课程修读与中国学生培养方案保持一致。
3. 各专业应不断强化劳动教育，将劳动要素融入专业教育，充分依托实习实训、社会调查等实践教学环节，设置劳动教育模块，标注含不少于 32 学时（2 学分）的劳动教育，明确劳动教育的目标、内容、形式和考核要求。

1.Please refer to the cultivation plan of the second class-Implementation Measures for Extracurricular Credits of the Second Class of Wuhan University of Technology.

2.Chinese courses for International students accepting Chinese teaching at undergraduate level can be found in detail the Public Chinese Curriculum and Study Requirements for International Students at undergraduate level of Wuhan University of Technology, and the study of other courses should be consistent with the undergraduate training program for Chinese students.

3.All majors should continue to strengthen labor education, integrate labor elements into specialty education, fully rely on practical teaching links such as practical training and social investigation, set up labor education modules, label labor education with no less than 32 class hours (2 credits), and clarify the goal, content, form and assessment requirements of labor education.

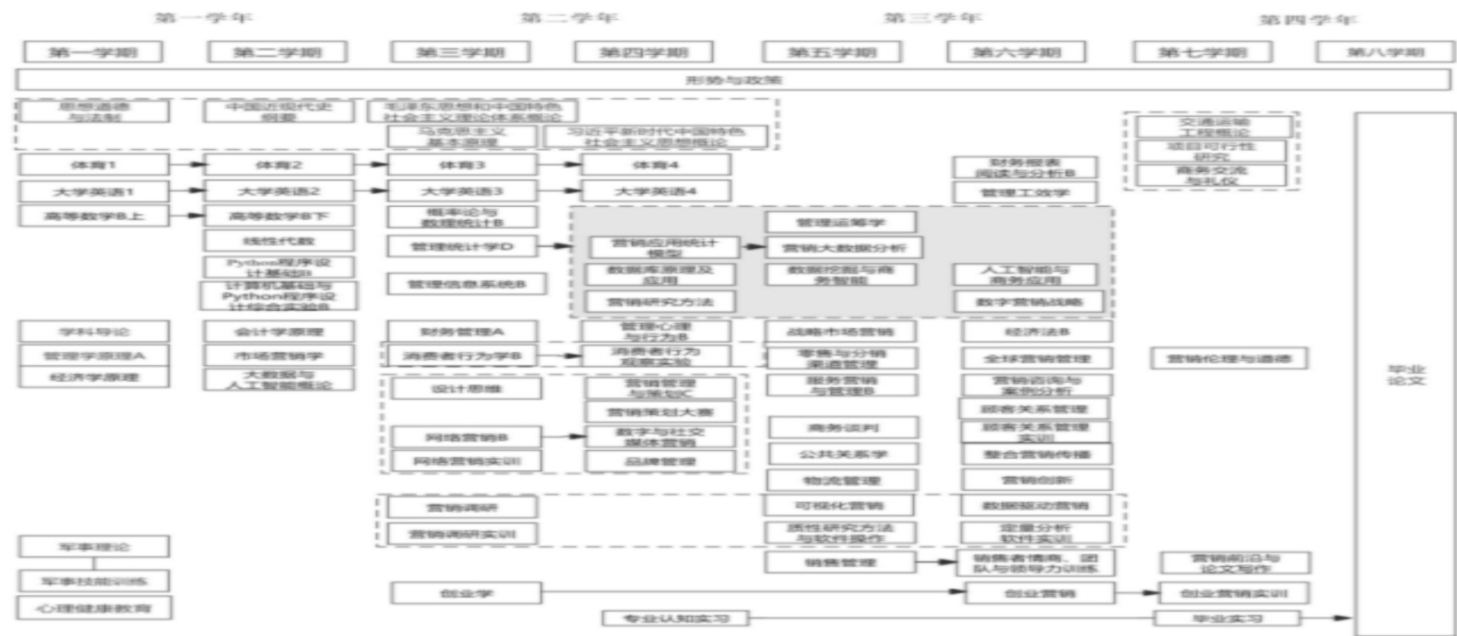
课外培养方案详见《武汉理工大学第二课堂课外学分实施办法》。《形势与政策》和《心理健康教育》课程为课外必修课程，分别计 2 个课外学分。

Please refer to the cultivation plan of the second class-Implementation Measures for Extracurricular Credits of the Second Class of Wuhan University of Technology. Situation & Policy (2 credits) and Mental Health Education (2 credits) are the required extracurricular courses.

学院教学负责人：张光磊
专业培养方案负责人：刘明菲, 殷向洲, 汪秀婷

附件：课程教学进程图

Annex: Teaching Process Map



(1) 数字营销方向