

工商管理专业 2025 版本科培养方案

Undergraduate Education Plan for Specialty in Business Administration (2025)

专业名称	工商管理	主干学科	管理学
Major	Business Administration Management	Major Disciplines	Management
计划学制	4 年	授予学位	管理学学士
Duration	4 Years	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	1 year

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 Public 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 Study Credit after Class	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

I Professional Introduction

1、专业简介

工商管理专业致力于研究数智化背景下工商企业组织经营与管理模式的优化设计，以及如何更有效地提高企业组织运营效率与效果。

工商管理专业源于 1965 年学校设立的工业经济专业，办学历史悠久，底蕴深厚，1996 年获 MBA 授予权，2005 年获企业管理专业博士学位授予权，2008 年获评省级重点学科，2014 年获批省级品牌专业，2018 年工商管理学科获批国家一级学科博士学位授予权，2019 年获批国家级一流本科专业建设点。在“新商科”和“数字经济”背景下，本专业持续推进数智化转型升级，依托优质教育资源，开设了四个特色培养方向：数智化运营管理、商业数据分析与管理、数智营销、产业营销。

本专业的知识结构设计强调实用性和理论性相结合，立足学科前沿，使学生能够学以致用。本专业致力于培养熟悉中国商业环境和数字化产业经济态势，具备企业智慧运营和战略创新思维，应用大数据和产业数字化技术解决企业管理问题的高素质管理人才。

经过 60 余年的积淀，工商管理专业拥有由多名国际国内知名专家、教授组成的师资力量，现已形成本科、硕士研究生（含 MBA）、博士研究生以及博士后等多层次的人才培养体系。本专业以国家级一流本科专业建设为契机，利用理工经管深度融合的培养模式以及一流的课程体系、师资队伍、资源平台为学生服务，全力打造特色鲜明、国内一流、国际知名的优势专业。

Professional Introduction:

The major of Business Administration is devoted to the study of the optimal design of business organization and management model under the background of mathematical intelligence, and how to improve the efficiency and effect of business organization.

The business administration specialty originates from the industrial economy specialty established in 1965, which has a long history and profound foundation. It was authorized by MBA in 1996 and by Doctor degree of Business Administration in 2005, in 2008, he was awarded the provincial key discipline, in 2014, he was granted the provincial brand specialty, in 2018, he was granted the doctoral degree in business administration, and in 2019, he was granted the national first-class undergraduate specialty construction site. In the "New business" and "Digital Economy" background, the professional transformation and upgrading. Relying on high-quality education resources, set up a "Digital intelligent operation and management", "Business intelligence and decision-making", "digital marketing" and "industrial marketing" direction.

The major is oriented to meet the demand for innovative talents with new quality productivity, based on the frontier of the discipline, reflecting the characteristics of the advanced intelligent manufacturing industry, and devoting itself to training students to be familiar with China's business environment and digital economy, with enterprise intelligence operation, strategic innovation, entrepreneurial capabilities of the compound excellent management personnel.

After 60 years of accumulation, the business administration professional has a number of international and domestic well-known experts, professors composed of faculty, now it has formed a multi-level talent training system for undergraduates, postgraduates (including MBA), doctoral students and postdocs. This major takes the opportunity of the national first-class undergraduate major construction, uses the technology management depth fusion training pattern as well as the first-class curriculum system, the teacher troop, the resource platform to serve the student, to create distinctive features, domestic first-class, internationally well-known advantages of professional.

二、培养目标与毕业要求

I Educational Objectives & Requirement

(一) 培养目标

本专业培养践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，掌握现代管理理论及实践方法，熟悉中国商业情境并具备国际视野、数据素养、创新意识、和实践能力的专业人才。本专业所培养的学生应具有较强的终身学习能力、沟通协调能力、团队合作能力、管理实践问题解决能力和创新创业能力，熟悉各类工商企业，特别是建材、交通和汽车三大行业企业的基本情况，能够适应数智时代管理变革的挑战，成为胜任各类工商企业、政府和行业经济管理部门岗位需求的复合型卓越管理人才。

本专业期待毕业生 5 年后达成如下具体目标：

(1) 践行社会主义核心价值观；具备良好思想道德素质、科学文化素质、业务素质、身心素质以及适应能力、实干精神；具有批判性和创造性思维；成为德智体美劳全面发展的人才。

(2) 具有较强的终身学习意识和自主学习能力，能够持续学习并自主探索管理学科前沿发展；

(3) 具有良好的口头和书面表达、交流沟通能力和情商管理能力，具有良好的团队意识、合作精神和组织协调、领导能力。

(4) 熟悉各类工商企业，特别是建材、交通和汽车三大行业企业的基本情况，能够就企业在运营管理、物流与供应链管理、战略规划、品牌运营、项目管理与评估、人力资源管理、市场营销、国际经营等领域的管理活动进行全面策划、运作及控制。

(5) 具备较强的创新创业意识和专业技能，能够发现并抓住新的市场机会、提出新的设想、满足新的需求，从而为客户乃至社会创造新的价值。

This major trains and practices the socialism core values, the moral, intellectual, physical and aesthetic labor comprehensive development, grasps the modern management theory and the practice method, professional personnel who are familiar with Chinese business environment and possess international vision, data literacy, innovation awareness and practical ability. Students trained in this major should have strong lifelong learning ability, communication and coordination ability, team cooperation ability, management practice problem-solving ability and innovative entrepreneurial ability, familiar with all kinds of industrial and commercial enterprises, in particular, the basic conditions of enterprises in the three major industries of building materials, transportation and automobiles can adapt to the challenges of management reform in the digital age, become competent for all kinds of industrial and commercial enterprises, government and industry economic management sector post demand of compound outstanding management personnel.

Graduates of this major are expected to achieve the following specific goals in five years:

(1) The graduates should practice the core values of socialism and have critical and creative thinking. In addition, the students should also have good ideological and moral quality, scientific and cultural quality, professional quality, physical and mental quality, apart from adaptability, earnest-working. Finally the graduates should become the all-round talents for the development of society.

(2) The graduates should have a strong awareness of lifelong learning and self-learning ability, be capable of learning independently and exploring the frontier of management and apply these latest frontier knowledge to improve his/her work and his/herself.

(3) The graduates should be good at oral and written expression and have communication ability, EQ management ability, team consciousness, cooperation spirit, coordination ability and leadership ability.

(4) The graduates should be familiar with the basic situation and various management domain (such as operation management, logistics and supply chain management, strategic planning, brand management, project management and evaluation, human resource management and marketing management) of all kinds of industrial and commercial enterprises, especially the three major industries of building materials, transportation and automobiles. Moreover, the students should be able to carry out overall planning, operation and control of the business and management activities.

(5) The graduates should have strong sense of innovation and entrepreneurship and professional skills, can find and seize new market opportunities, propose new ideas, meet new needs, thus creating new value for customers and society.

(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**: 学生应该熟悉市场经济的运行机制，掌握工商企业经营所需基础理论和管理各领域的的基本理论，如经济学基础理论，战略管理、生产运作管理、物流供应链管理、人力资源管理、市场营销、创业学、财务管理、会计学、项目管理、决策技术等管理基本理论；

(2) **管理问题识别与分析**: 具有批判性和创造性思维，能够融合应用数学、经济学、心理学、管理学等基本原理，发现管理实践中存在的问题并分析导致其产生的原因，并形成结论；

(3) **解决方案策划与评估**: 针对采购、生产控制、营销、物流、人力资源、财务、行政等相关管理岗位所面临的典型管理问题，能够依据具体的管理情境，在考虑社会、价值、安全、法律、文化以及环境等因素的前提下开发、设计具体的解决方案并对绩效进行评估；

(4) **研究素养**: 能够应用数据分析和管理学相关理论对管理问题进行有效研究，包括进行调查、实验并对相关数据进行统计分析，在此基础上得出有效结论并进而优化流程；

(5) **信息应用**: 掌握现代工商企业运行、分析、研究所必须的信息分析、处理工具，以高效进行市场信息处理及商业决策；

(6) **可持续发展**: 具有较强可持续发展意识，能够理解并评估管理行为对环境、健康、安全的影响；

(7) **伦理与职业规范**: 践行社会主义核心价值观, 具备良好的思想道德素质、人文底蕴和社会责任感, 了解国情民情, 能够在工作中积极履行社会责任; 具备良好的科学文化素质、业务素质、身心素质、法制意识, 具有较强适应能力、实干精神; 具备良好的人文社科知识、文学艺术修养以及诚信意识、职业道德等;

(8) **个人发展与团队合作**: 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, 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;

(9) **沟通与表达**: 能够就管理领域相关问题进行有效沟通, 能够使用专业术语准确描述管理实践问题, 具有较强的专业表达以及管理沟通能力;

(10) **创新创业**: 具备较强的创新创业能力, 善于将工商管理专业知识与创新创业实践实现有机结合, 能够发现并抓住市场机遇, 提出新的设想, 创造新的价值;

(11) **终身学习**: 有较强的终身学习意识和自主学习能力, 能够适应社会发展, 持续学习并自主探索管理学科前沿, 并应用这些最新的前沿知识提升自我并改进工作, 为社会创造价值。

Students in this major should be able to meet the requirements of the China Association for Professional Certification of Engineering Education Engineering Education certification standards, namely:

(1) Subject knowledge: students should be familiar with the operation mechanism of market economy, grasp the basic theory of business operation and management of the basic theory in various fields, such as basic theory of economics, strategic Management, production Operation Management, logistics supply chain management, human resources management, marketing, entrepreneurship, financial management, accounting, project management, decision-making technology and other basic management theory;

(2) Identification and analysis of management problems: critical and creative thinking that integrates basic applied mathematics, economics, psychology, management, etc. , to find the problems in management practice and analyze the complex causes, and form a conclusion;

(3) Solution Planning and evaluation: for procurement, production control, marketing, logistics, human resources, finance, administration and other related management positions faced with typical management problems, ability to develop, design, and evaluate performance against specific management scenarios, taking social, value, security, legal, cultural, and environmental factors into account;

(4) Research Literacy: ability to apply data analysis and management-related theories to effectively study management issues, including conducting surveys, experiments and statistical analysis of relevant data, on this basis, effective conclusions are drawn and the process is optimized

(5) Information application: Master the modern business enterprise operation, analysis, research necessary information analysis, processing tools, to efficiently market information processing and business decision-making;

(6) Sustainable Development: a strong sense of sustainable development, can understand and assess the impact of management behavior on the environment, health, safety;

(7) Ethics and professional norms: practice the core values of socialism, have good ideological and moral quality, humane background and social responsibility, understand the national conditions and people's conditions, can actively perform social responsibility in the work; Have good scientific and cultural quality, professional quality, physical and mental quality, legal awareness, with strong adaptability, practical spirit; Have good knowledge of humanities and social sciences, literary and artistic accomplishment, integrity awareness, professional ethics, etc.;

(8) Personal development and team work: with a healthy psychological quality and excellent

emotional intelligence and the courage and ability to withstand setbacks and overcome difficulties, good team spirit and cooperation spirit as well as organization coordination, leadership and management ability;

- (9) Communication and expression: able to communicate effectively on management issues, to use technical terms to accurately describe management practices, with strong professional expression and management communication skills;
- (10) Innovation and Entrepreneurship: Have Strong Innovation and entrepreneurship, good at business management knowledge and innovation and entrepreneurship practice to achieve organic integration, can find and seize market opportunities, put forward new ideas, create new value;
- (11) Lifelong Learning: have a strong sense of lifelong learning and self-learning ability, able to adapt to social development, continuous learning and self-exploration of the frontiers of management discipline, and use the latest frontiers of knowledge to improve themselves and improve their work, create value for society.

附：培养目标实现矩阵

	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：应该熟悉市场经济的运行机制，掌握工商企业经营所需基础理论和管理各领域的基本理论，如经济学基础理论，战略管理、生产运作管理、物流供应链管理、人力资源管理、市场营销、创业学、财务管理、会计学、项目管理、决策技术等管理基本理论	1.1 能将工商管理专业所需的数学、经济学、心理学、统计学、管理学相关的专业语言用于企业典型管理问题的表述
	1.2 能针对具体的企业管理问题建立数学模型或管理模型并求解
	1.3 掌握工商管理专业的供应链管理、生产组织、渠道管理、物流管理、资源分配、客户关系管理、资金筹措与应用等基本理论，并能够将相关专业知

	识用于企业管理问题的推演与分析
	1.4 能够将相关管理知识或数学模型用于典型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 : 具有批判性和创造性思维, 能够融合应用数学、经济学、心理学、管理学等基本原理, 发现管理实践中存在的问题并分析导致其产生的原因, 并形成结论	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, 发现企业运营过程中存在的问题
	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, 正确阐释企业管理中存在的问题
	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
	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 : 针对采购、生产控制、营销、物流、人力资源、财务、行政等相关管理岗位所面临的典型管理问题, 能够依据具体的管理情境, 在考虑社会、价值、安全、法律、文化以及环境等因素的前提下开发、设计具体的解决方案并对绩效进行评估	3.1 掌握企业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
	3.2 能够针对工商专业领域复杂管理问题设计满足需求的解决方案和技术组织措施
	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
	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. 研究素养 : 能够应用数据分析和管理学相关理论对管理问题进行有效研究, 包括进行调查、实验并对相关数据进行统计分析, 在此基础上得出有效结论并进而优化流程	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, 对企业管理问题进行调研方案设计
	4.2 能够根据企业管理问题特征, 选择研究路线, 设计可选择的解决方案
	4.3 具备开展实地调研, 正确收集相关数据与信息
	4.4 具备对相关数据与信息的能力, 在此基础上得出合理有效结论
毕业要求 5. 信息应用 : 掌握现代工商企业运行、分析、研究所必须的信息分析、处理工具, 以高效进行市场信息处理及商业决策;	5.1 了解现代企业管理目标达成必须的管理工具、统计工具和模拟软件的使用原理和方法, 并理解其局限性
	5.2 能够针对复杂管理问题, 选择和运用相应的管理工具、统计工具和模拟软件, 对复杂管理问题进行分析、计算与设计
	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 : 具有较强可持续发展意识, 能够理解并评估管理行为对环境、健康、安全的影响	6.1 知晓和理解环境保护、社会责任等可持续发展的理念和内涵
	6.2 具有较强的环境保护和可持续发展意识, 能够理解并评估企业行为对环境、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,理解不同社会文化伦理对企业管理活动的影响
	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,能够在工作中积极履行社会责任
	7.3 有正确价值观,理解个人与社会的关系,了解中国国情
	7.4 能够在管理实践中理解并遵守职业道德规范,充满责任感地工作
	7.5 理解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
	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
	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 能够就管理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
	9.2 了解工商管理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
	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.创新创业: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
	10.2 了解企业管理前沿发展状态,理解存在的问题,具备良好的创新意识
	10.3 具有较强的创业创新意识和能力,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
	11.2 有较强的终身学习意识和自主学习能力,在企业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		工商管理专业毕业要求											
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	
思想道德与法治								L	M			M	
中国近现代史纲要									L				
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论									M			M	
马克思主义基本原理									L			M	
军事理论									M				
体育										L			
大学英语											H		
Python 程序设计基础						M	L						
计算机基础与程序设计综合实验						H	L						
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				
高等数学		H											
线性代数		L	M										
概率论与数理统计			H			L							
经济学原理		H			M								
学科导论		H			M							H	
管理学原理		H	M	M	M					L		M	
大数据与人工智能管理概论						H			M				
会计学原理		M	M	M					L				
市场营销学		H	M	M					M	L			
财务管理 A		M	M	M					L				
创业学				M					M		H	M	
管理心理与行为 B			M		M		L	M					
营销管理与策划 C			H	H					M	M	H		
管理经济学			M	M	M	L							
人力资源管理		H	M	M						L	L		
生产运作管理		H	M	M			H						
企业生产运作管理模拟				M		M							

智慧物流与供应链管理	H		M		L							
情商管理与沟通		M					M		H		M	
企业战略管理 B	M	M	H	L		M						
数字化企业经营模拟					H	L	M					
管理案例分析		H	M	M					L			
企业运营管理		H	M	M		M						
质量管理学		M	M			H						
服务运营管理		L		M		M	L					
技术经济学		L	M			M						
产业经济与汽车交通材料行业				M		H			M			
人工智能与商务应用				H	H				M			
管理信息系统 B				M	M	M		M				
国际企业管理学		M	M				M		L			
创业企业管理							M	M	M	H		
资产评估概论				M	M		M		L			
军事技能训练									L			
创业运营实训			L				L	M	M	H		
情商与管理技能训练 B			M	H			L	M	M			
创新与科研能力实训			M			M		H	M		M	
运营认识实习							H	M			M	
营销认识实习							H	M			M	
专业实习						H		H	M		M	
运营毕业论文		M	M	H	M					H		
营销毕业论文												
消费者行为学 B	H	H		M								
营销调研	H	M			H							
网络营销 B		M			H							
消费者行为观察实验		H		M								
营销管理与策划 C	H		H									
服务营销与管理 B	H					L						
销售管理	H								H	M		
创业营销						M				H	M	
数据驱动营销	H	M			H							
顾客关系管理	H						M					
营销应用统计模型	H		L		H							
营销研究方法		H	M		H							
营销大数据分析		H		H			M					
项目管理 A	M	M	L									
产业市场营销	H			M				M				
管理信息系统 B	H	M						L				

管理统计学 B	H			H								
品牌管理	H					M						
数字与社交媒体营销		M			H							
管理运筹学 C	H			H						H		
质性研究方法与软件操作		H		H					H			
可视化营销	M				H							
公共关系学	M					M						
商务谈判 A	M							M	H			
零售与分销渠道管理	H					M						
物流管理	H				M							
经济法 B	M					M						
财务报表分析 A		M										
营销创新						M				H		
全球营销管理	M						M					
管理工效学	H			M								
数据库原理及应用				M	H							
数据挖掘与商务智能	M				H							
数字营销战略	M				H	M						
人工智能与商务应用					H						M	
汽车产业理论与实务	H		M									
旅游业营销	H		M									
交通运输工程概论	H		M									
项目可行性研究		H			M							
网络营销实训		M	H									
营销调研实训			H	M								
营销策划大赛		M	H							M		
专业认知实习	H		M									
定量分析软件实训				M	H							
市场营销模拟实训			H					M				
顾客关系管理实训	H						M		M			
销售者情商、团队与领导力训练								M	H			
毕业实习	M	H	M									
创业营销实训		M								H		
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、专业核心课程与专业特色课程

III、Core Courses and Characteristic Courses

（一）专业核心课程：

生产运作管理、企业战略管理 B、市场营销学、智慧物流与供应链管理、营销管理与策划 C、数据驱动营销、情商管理与沟通、人力资源管理。

Manufacturing and Operation Management、Enterprise Strategy Management B、Principles of Marketing、Logistics and Supply Chain Management、Marketing Management and Programme Creation、Data-Driven Marketing、Emotional Management and Communication、Human Resource Management.

（二） 专业特色课程：

管理经济学、产业经济与汽车交通材料行业、管理案例分析、管理学科前沿、网络营销 B、商业数据分析与决策、项目管理、服务营销与管理 B、消费者行为学 B、营销调研、数字与社交媒体营销、产业市场营销。

Managerial Economics, Industrial Economics and Transportation Automobile Material, Management case study, Management Frontier, Internet Marketing、Business Paralytcs and Decision Making、Project Management、Services Marketing and Management、Consumer Behavior、Marketing Research、Digital & Social Media Marketing、Industrial Marketing.

IV Course Schedule

（一）通识教育必修课程

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-ra tion	实践 Prac-ti ce	课 外 Extr a-cu r		
马克思主义学院	10211124001	思想道德与法治	3	48	42			6		1	
		Morality and the rule of law									
马克思主义学院	10211124005	中国近现代史纲要	3	48	42			6		2	
		Outline of Contemporary and Modern Chinese History									
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	3	48	30			18		3	
		Introduction to Mao Zedong Thought and Socialism with Chinese Characteristics									
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	3	48	36			12		4	
		Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era									
马克思主义学院	10211124004	马克思主义基本原理	3	48	42			6		3	
		Marxism Philosophy									
马克思主义学院	10218121091	形势与政策	2	64	64					1-8	
	— 10218121098	Situation & Policy									

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-ra tion	实践 Prac-ti ce	课 外 Extr a-cu r		
马克思主义学院	10211124001	思想道德与法治	3	48	42			6		1	
		Morality and the rule of law									
马克思主义学院	10211124005	中国近现代史纲要	3	48	42			6		2	
		Outline of Contemporary and Modern Chinese History									
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	3	48	30			18		3	
		Introduction to Mao Zedong Thought and Socialism with Chinese Characteristics									
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	3	48	36			12		4	
		Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era									
马克思主义学院	10211124004	马克思主义基本原理	3	48	42			6		3	
		Marxism Philosophy									
马克思主义学院	10218121091	形势与政策	2	64	64					1-8	
	— 10218121098	Situation & Policy									

小 计 Subtotal		38	888	600	32	0	192	64		
(二) 通识教育选修课程 2 General Education Elective Courses										
“四史”类 Education of "Four Histories"	1.通识课程应修满至少 9 学分； 2.至少修读“四史”课程以及创新创业类课程各 1 门； 3.非艺术类专业学生还应在艺术审美类课程中至少选修 2 学分； 4.学校引进开设的通识教育网络课程采用“学分认定”方式计入通识选修课，最高计入 4 学分。 1.Core elective courses ≥9 credits. 2.At least one course in Education of "Four Histories" and one course in innovation and entrepreneurship; 3.Non art major students should also take at least 2 elective credits in art aesthetics courses; 4.The general education online courses introduced by the school are included in the general education elective courses through credit recognition, with a maximum of 4 credits.									
人文社科类 Humanities and Social Sciences										
科技创新类 Technology innovation										
经济管理类 Economic Management										
创新创业类 Innovation and entrepreneurship										
艺术审美类 Art Aesthetics										
体育健康类 Sports and Health										
小 计 Subtotal		9	144							
(三) 学科基础课程 3 Disciplinary Fundamental Courses										
经济学院	10184121053	经济学原理	2.5	40	40					1
		Principles of Economics								
管理学院	10173124002	学科导论	1.5	24	24					1
		Introduction of Major								
管理学院	10173124001	管理学原理 A	2	32	32					1
		Management Principle A								

理学院	10153121059	高等数学 B 上	4.5	72	72					1	
		Advanced Mathematics B I									
理学院	10153121058	高等数学 B 下	5.5	88	88					2	
		Advanced Mathematics B II									
管理学院	10173124165	大数据与人工智能管理概论	1.5	24	24					2	
		Introduction to big data and artificial intelligence									
理学院	10153111001	线性代数	2.5	40	40					2	
		Linear Algebra									
管理学院	10173124427	会计学原理	2	32	32					2	
		Accounting Principle									
管理学院	10173124428	市场营销学	2	32	32					2	
		Principles of Marketing									
理学院	10155111054	概率论与数理统计 B	3	48	48					3	
		Probability and Mathematics Statistics B									
管理学院	10173124220	财务管理 A	2	32	32					3	
		Financial Management									
创业学院	10253124430	创业学	2	32	32					3	
		New Venture Creation									
管理学院	10173124431	管理心理与行为 B	2	32	32					4	
		Management Psychology and Behavior B									
小 计 Subtotal			33	528	528						
(四) 专业必修课程 (本专业按四个特色培养方向设置课程群)											
4 Specialized Required Courses											
方向 1：数智化运营管理 必修课程											
管理学院	10174121252	管理经济学	2	32	32					3	
		Managerial Economics									
管理学院	10174121243	人力资源管理	2.5	40	40					4	

小 计 Subtotal			27.5	496	384	112					
方向 2: 数智营销 必修课程											
管理学院	10174117097	消费者行为学 B(全英文)	2.5	40	40					3	
		Consumer Behavior									
管理学院	10174117156	营销调研	2.5	40	40					3	
		Marketing Research									
管理学院	10174111009	网络营销 B	2	32	32					3	
		Internet Marketing									
管理学院	10174221177	消费者行为观察实验	1	32		32				4	
		Consumer Behavior Observation Experiment									
管理学院	10174117098	营销管理与策划 C	2.5	40	40					4	
		Marketing Management and Programme Creation									
管理学院	10175117056	服务营销与管理 B	2	32	32					5	
		Services Marketing and Management									
管理学院	10174111008	销售管理	2	32	32					5	
		Sale Management									
管理学院	10174117146	创业营销	2	32	32					6	
		Entrepreneurial Marketing									
管理学院	10175117032	数据驱动营销	2	32	32					6	
		Data-Driven Marketing									
管理学院	10175117067	顾客关系管理	2	32	32					6	
		Customer Relationship Management									
管理学院	10174121131	营销应用统计模型	2.5	40	32		8			4	线性代数
		Marketing Application Statistical Model									
管理学院	10204111004	营销研究方法	2	32	32					4	
		Marketing Research Methods									
管理学院	10174121130	营销大数据分析	2.5	40	32	8				5	

		Big Data Analysis in Marketing								
小 计 Subtotal			27.5	456	408	40	8			
方向 3：产业营销 必修课程										
管理学院	10174117097	消费者行为学 B(全英文)	2.5	40	40				3	
		Consumer Behavior								
管理学院	10174117156	营销调研	2.5	40	40				3	
		Marketing Research								
管理学院	10174111009	网络营销 B	2	32	32				3	
		Internet Marketing								
管理学院	10174221177	消费者行为观察实验	1	32		32			4	
		Consumer Behavior Observation Experiment								
管理学院	10174117098	营销管理与策划 C	2.5	40	40				4	
		Marketing Management and Programme Creation								
管理学院	10175117056	服务营销与管理 B	2	32	32				5	
		Services Marketing and Management								
管理学院	10174111008	销售管理	2	32	32				5	
		Sale Management								
管理学院	10174117146	创业营销	2	32	32				6	
		Entrepreneurial Marketing								
管理学院	10175117032	数据驱动营销	2	32	32				6	
		Data-Driven Marketing								
管理学院	10175117067	顾客关系管理	2	32	32				6	
		Customer Relationship Management								
管理学院	10175111019	项目管理 A	2	32	32				4	
		Project Management								
管理学院	10174121167	生产运作管理	2.5	40	40				4	
		Manufacturing and Operation Management								

管理学院	10175117081	零售与分销渠道管理	2.5	40	32		8		5	
		Retailing and Distribution Channel Management								
管理学院	10175121012	物流管理	2.5	40	32		8		5	
		Logistics Management								
管理学院	10175121011	营销创新	2	32	32				6	
		Marketing Innovation								
管理学院	10175121010	全球营销管理	2	32	32				6	
		Global Marketing Management								
管理学院	10176121383	管理工效学	2	32	32				6	
		Managerial Ergonomics								
管理学院	10174121138	数据库原理及应用	2	32	32				4	
		Principle and Application of Database								
管理学院	10174121134	数据挖掘与商务智能	2	32	32				5	
		Data Mining and Business Intelligence								
管理学院	10175121008	数字营销战略	2	32	24		8		6	
		Digital Marketing Strategies								
管理学院	10175121007	人工智能与商务应用	2	32	24		8		6	
		Artificial Intelligence and Business Application								
汽车学院	10075121081	汽车产业理论与实务	2	32	32				4	
		Theory and Practice of Automobile Industry								
管理学院	10175121005	旅游业营销	2	32	24		8		6	
		Tourism Marketing								
小 计 Subtotal			96	1536						
修读说明：要求至少选修 24 学分。										
NOTE: Minimum subtotal credits24										

6 Personalized Elective Courses

修读说明：学生从全校发布的个性课程目录中选课，要求至少选修 6 学分。

NOTE: Students choose from the personalized curriculum catalog of the entire school, and are required to obtain at least 6 credits.

(七) 集中性实践教学环节 (按两个培养特色设置课程群: 方向一和方向二选择运营特色实践课程群; 方向三和方向四选择营销特色实践课程群。

7 Specialized Practice Schedule

[illegible]

方向一选择运营特色实践课程群						
----------------	--	--	--	--	--	--

管理学院	10177326002	运营认识实习	1.5	24		24	2	3	
		Specialty Recognition Practice							
管理学院	10177317203	物流与供应链管理课程设计	1	16		16	1	4	供应链管理
		Logistics and Supply Chain Management Course Design							
管理学院	10177324456	顾客关系管理实训	1.5	24		24	1.5	6	营销管理与策划
		Customer Relationship Management Training							
管理学院	10177324472	生产运作管理课程设计	1	16		16	1	4	生产运作管理
		Manufacturing and Operation Management Course Design							
管理学院	10177314032	情商与管理技能训练 B	2	32		32	2	5	
		EQ and Management Skill Training							
管理学院	10177317175	战略管理课程设计	1	16		16	1	5	战略管理
		Enterprise Strategy Plan Course Design							
管理学院	10177321189	专业实习	5	80		80	5	6	
		Specialty Skill Practice							
管理学院	10177321205	定量分析软件实训	1.5	24		24	1.5	6	
		Start-up Operation Training							

管理学院	10177321231	创业实践诊断与优化	2	32		32	3	7	创业学
		Start-up Diagnosis and Amelioration							
管理学院	10177321230	创新与科研能力实训	3	48		48	3	7	
		Innovation and Research Ability Training							
管理学院	10174326002	运营毕业论文	8	256		256	16	8	
		Graduation Thesis							
小 计 Subtotal			27.5	568		568	35		
方向二和方向三选择营销特色实践课程群									
管理学院	10177324455	网络营销实训	1.5	24		24	1.5	3	网络营销
		Internet Marketing Training							
管理学院	10177321207	营销调研实训	1.5	24		24	1.5	3	营销调研
		Marking Survey							
管理学院	10177321206	营销策划大赛	1.5	24		24	1.5	4	营销管理与策划
		Marketing Planning Competition							
管理学院	10177325006	营销认识实习	1.5	24		24	1.5	3	
		Specialty Internship							
管理学院	10177321205	定量分析软件实训	1.5	24		24	1.5	5	
		Quantitative Analysis Software Training							
管理学院	10177324470	市场营销模拟实训	1.5	24		24	1.5	6	
		Marketing Simulation							
管理学院	10177324456	顾客关系管理实训	1.5	24		24	1.5	6	顾客关系管理
		Customer Relationship Management Training							
管理学院	10177321204	销售者情商、团队与领导力训练	1.5	24		24	1.5	6	销售管理
		Emotional Intelligence, Teamwork and Leadership Training for Sales Personnel							
管理学院	10177321191	毕业实习	6	96		96	6	7（1-6 周）	
		Practical Training in Major							

管理学院	10177321201	创业营销实训	1.5	24		24	1.5	7（7-8 周）	创业营销
		Field Study: Entrepreneurial Marketing Training							
管理学院	10177325005	营销毕业论文	8	256		256	16	8	
		Graduation Thesis							
小 计 Subtotal			27.5	568		568	35		

五、 修读指导

V Recommendations on Course Studies

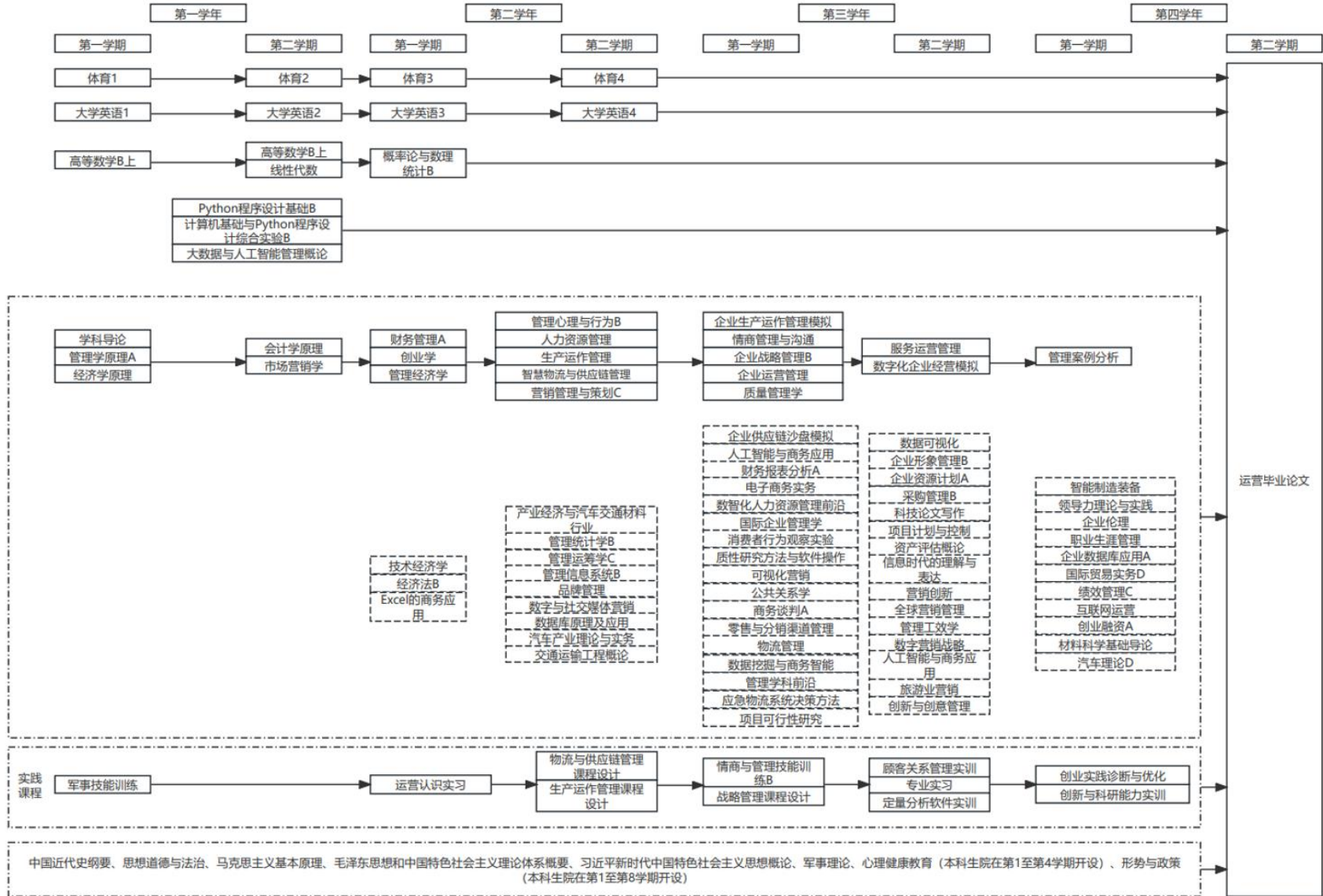
可添加本专业其他修读指导要求

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》

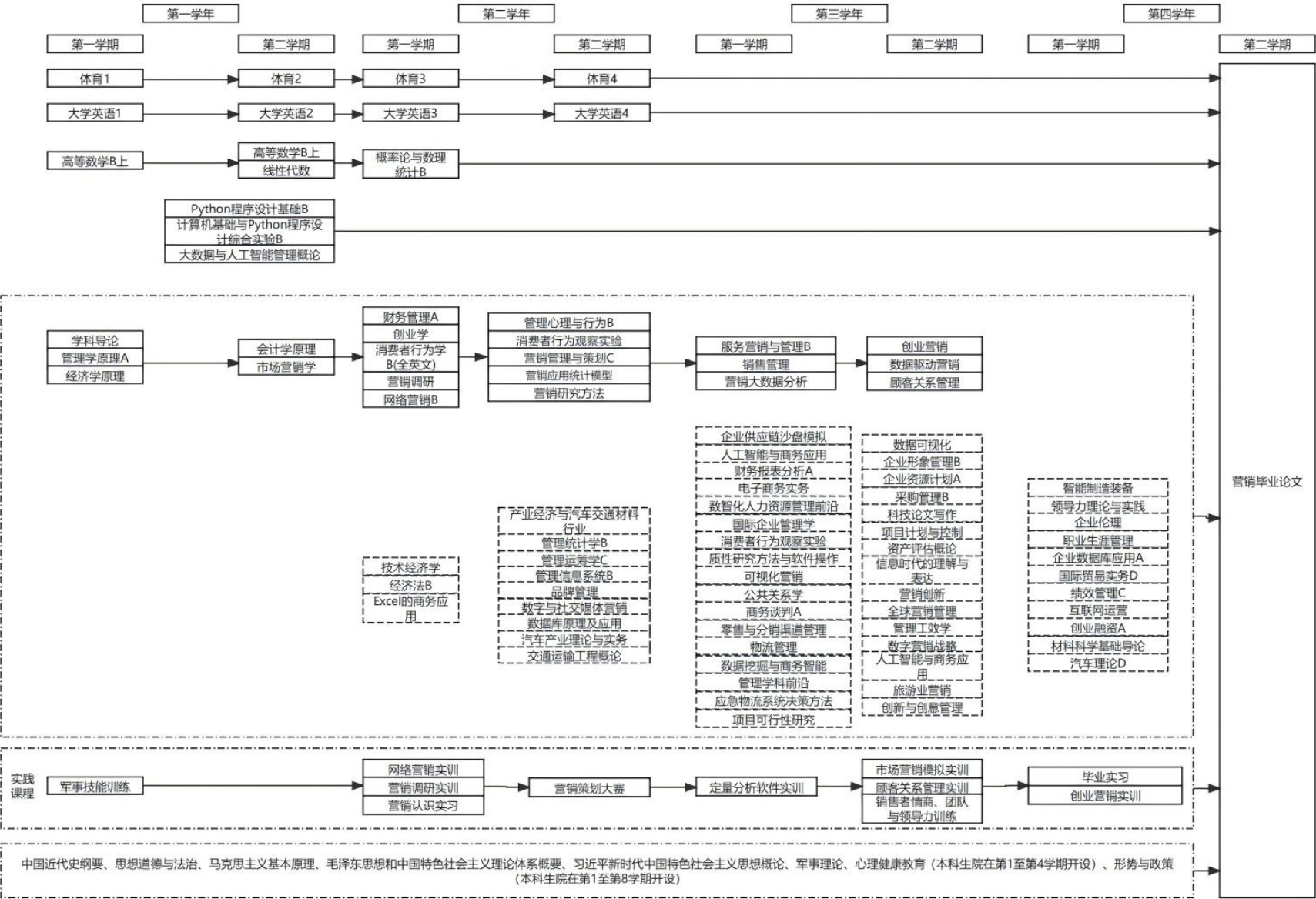
学院教学责任人： 张光磊

专业培养方案责任人： 张光磊、尹皓

方向1：数智化运营管理



数智营销



产业营销

