

2017 级市场营销专业培养方案

培养目标

本专业旨在培养具有国际视野、创新能力与创业精神、社会责任、扎实的基础理论知识和综合方法运用能力，能够深入理解当前中国与新技术应用情境与所学专业领域的高素质市场管理或研究人才；掌握市场营销与管理的基本理论和方法；熟悉国际通行标准、中国特色实践以及最新发展趋势；能够发现、分析和解决市场营销问题，开展基础性或应用性研究；具备优秀的市场营销管理能力，胜任市场营销与管理专业岗位。

毕业要求

本专业学生主要学习国际、国内现代市场营销管理理论与方法，了解市场营销最新发展成果，能熟练运用计算机技术与外语，具有调查、设计、研究分析和解决市场营销与管理实际问题的能力。

通过四年的系统学习，学生应获得以下几方面的知识与能力：

1. 掌握专业相关知识：能够掌握通识类、经济管理学科基础类、市场营销管理专业知识，并将所学知识用于解释、分析本专业领域现象和问题。
2. 具备知识综合应用能力：能够应用本学科基本原理和方法对本专业领域现象和问题进行判断、分析和研究，提出相应对策和建议，并形成解决方案。
3. 应用方法与现代工具：掌握基本的社会科学研究方法和常见的市场营销管理工具，能够选择与使用恰当的现代信息技术工具对本专业领域数据信息进行收集和分析处理，用于完成所从事的专业领域活动。
4. 具备专业沟通能力。能够使用书面和口头表达方式与业界同行和社会公众就本专业领域现象和问题进行有效沟通与交流，并在跨文化背景下具备一定的沟通交流能力。
5. 具有团队精神。具有团队协作意识，能够在本学科及多学科团队活动中与其他成员进行协调合作，发挥个人作用。
6. 具备创新能力与创业精神。具有自主学习和终身学习意识，主动适应多变的社会环境，能用批判性思维和创造性思维有效解决问题。
7. 具有人文社会科学素养和社会责任感，熟悉本专业领域相关政策、法律、法规，并能够在本专业领域实践活动中理解并遵守职业道德和职业规范。

专业主干课程

战略管理 管理统计 市场研究 网络营销 消费行为与心理 营销策划 数字营销 品牌创建与管理

推荐学制 4 年 最低毕业学分 153+6+8 授予学位 管理学学士

学科专业类别 工商管理类

交叉学习：

辅修：26 学分，标注“*”号的课程

课程设置与学分分布

1. 通识课程 52.5+6 学分

(1) 思政类 11.5+2 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
021E0010	思想道德修养与法律基础	2.5	2.0-1.0	一(秋冬)
021E0020	中国近现代史纲要	2.5	2.0-1.0	一(秋冬)
371E0010	形势与政策 I	+1.0	0.0-2.0	一(秋冬)+一(春夏)
021E0040	马克思主义基本原理概论	2.5	2.0-1.0	二(秋冬)/二(春夏)
031E0031	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4.0	3.0-2.0	三(秋冬)/三(春夏)
371E0020	形势与政策 II	+1.0	0.0-2.0	二、三、四

(2) 军体类 5.5+3 学分

体育 I、II、III、IV 为必修课程，每门课程 1 学分，要求在前 2 年内修读。学生每年的体质测试原则上低年级随课程进行，成绩不另记录；高年级独立进行测试，达标者按+0.5 学分记，三、四年级合计+1 学分。

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
03110021	军训	+2.0	+2	一(秋)
031E0020	体育 I	1.0	0.0-2.0	一(秋冬)
031E0030	体育 II	1.0	0.0-2.0	一(春夏)
031E0010	军事理论	1.5	1.0-1.0	二(秋冬)/二(春夏)
031E0040	体育 III	1.0	0.0-2.0	二(秋冬)
031E0050	体育 IV	1.0	0.0-2.0	二(春夏)
03110080	体质测试 I	+0.5	0.0-1.0	三(秋冬)
03110090	体质测试 II	+0.5	0.0-1.0	四(秋冬)

(3) 外语类 6+1 学分

外语类课程最低修读要求为 6+1 学分，其中 6 学分为外语类课程选修学分，+1 为“英语水平测试”或小语种水平测试必修学分。学校建议一年级学生的课程修读计划是“大学英语 III”和“大学英语 IV”，并根据新生入学分级考试或高考成绩预置相应级别的“大学英语”课程，学生也可根据自己的兴趣爱好修读其他外语类课程（课程号带“F”的课程）；二年级起学生可申请学校“英语水平测试”或小语种水平测试。详细修读办法参见《浙江大学本科生“外语类”课程修读管理办法》。

1) 必修课程 +1.0 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
051F0600	英语水平测试	+1.0	0.0-2.0	

或小语种水平测试

2) 选修课程 6 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
051F0020	大学英语 III	3.0	2.0-2.0	一(秋冬)
051F0030	大学英语 IV	3.0	2.0-2.0	一(秋冬)/一(春夏)

或其他外语类课程（课程号带“F”的课程）

(4) 计算机类 5 学分

学校对计算机类通识课程实施分层教学。本专业根据培养目标，要求学生修读如下计算机类通识课程：

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
211G0230	计算机科学基础	2.0	2.0-0.0	一(秋冬)
211G0220	Java 程序设计	3.0	2.0-2.0	一(春夏)

(5) 自然科学通识类 10.5 学分

学校对自然科学类通识课程实施分层教学。本专业根据培养目标，要求学生修读如下自然科学类通识课程：

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
821T0030	微积分（乙）I	4.5	4.0-1.0	一（秋冬）
821T0040	微积分（乙）II	3.5	2.5-2.0	一（春夏）
821T0060	线性代数（乙）	2.5	2.0-1.0	一（春夏）

(6) 创新创业类 3.5 学分

创新创业类最低学分修读要求为 3.5 学分，其中 2 学分为全校必修课程；1.5 学分为限选课程。限选课程在课程归属为“创新创业类”的课程群中选修。学校建议一年级学生修读“创业基础”课程，二年级起在“创新创业类”课程群中选修一门课程，即可达到创新创业类通识课程最低要求学分。

1) 必修课程 2 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
031P0010	创业基础	2.0	+2	一（春）

2) 选修课程 1.5 学分

在“创新创业类”课程群中选修一门课程。

(7) 通识选修课程 10.5 学分

通识选修课程包括人文社科组课程、科学技术组课程，以及通识核心课程（课程号带“S”）、新生研讨课程（课程号带“X”）。其中，人文社科组课程包括：历史与文化类（课程号带“H”）、文学与艺术类（课程号带“L”）、沟通与领导类（课程号带“J”）、经济与社会类（课程号带“L”），科学技术组课程包括：科学与研究类（课程号带“K”）、技术与设计类（课程号带“M”）。

本专业学生的通识选修要求为：

- 1) 在“通识核心课程”中至少修读一门；
- 2) 在“沟通与领导类”中至少修读一门；
- 3) 在“科学技术组”中至少修读 4.5 学分，若上述 1)、2) 所修课程类别属于该组，则其学分也可计入本项要求；
- 4) 在通识选修课程中自行选择修读其余学分。

2. 专业课程 88.5 学分

(1) 学科基础课程 27.5 学分

1) 必修课程 18.5 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
201A0020	管理学	3.0	3.0-0.0	一（秋冬）
01121230	政治经济学	3.0	3.0-0.0	一（春夏）
011A0041	微观经济学（甲）	3.0	3.0-0.0	一（春夏）
011A0011	宏观经济学（甲）	3.0	3.0-0.0	二（秋冬）
061B9090	概率论与数理统计	2.5	2.0-1.0	二（秋冬）
201A0040	市场营销学	3.0	3.0-0.0	二（秋冬）
061B0010	常微分方程	1.0	1.0-0.0	二（春）

2) 选修课程 9 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
201A0030	会计学	3.0	3.0-0.0	一（春夏）
201A0010	财务管理	3.0	3.0-0.0	二（秋冬）
021A0020	经济法	3.0	3.0-0.0	二（春夏）
061A0020	社会科学研究方法	3.0	3.0-0.0	二（春夏）

(2) 专业必修课程 45 学分

1) 院平台必修课程 24 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
20120200	管理沟通*	2.0	2.0-0.0	一(春)
20122510	国际商务	2.0	2.0-0.0	二(秋)
20124400	中级微观经济学	3.0	3.0-0.0	二(秋冬)
20124410	社会心理学	3.0	3.0-0.0	二(秋冬)
20124890	伦理与社会责任	2.0	2.0-0.0	二(冬)
20123171	管理统计*	3.0	3.0-0.0	二(春夏)
20124450	中级财务会计 I	3.0	3.0-0.0	二(春夏)
20120511	人力资源管理	2.0	2.0-0.0	二(夏)
20110041	管理信息系统	2.0	2.0-0.0	三(冬)
20124440	战略管理*	2.0	2.0-0.0	四(秋)

2) 专业必修课程 21 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
20124510	市场研究*	2.0	2.0-0.0	三(秋)
20124790	消费行为与心理*	3.0	3.0-0.0	三(秋冬)
20124800	品牌创建与管理*	3.0	3.0-0.0	三(秋冬)
20122780	运作管理	2.0	2.0-0.0	三(春)
20190110	服务营销*	2.0	2.0-0.0	三(春)
20124810	营销策划*	3.0	3.0-0.0	三(春夏)
20120230	广告学*	2.0	2.0-0.0	三(夏)
20120641	网络营销*	2.0	2.0-0.0	四(秋)
20124710	数字营销*	2.0	2.0-0.0	四(冬)

(3) 实践教学环节 8 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
20188021	认识实习	2.0	+2	二(短)
20188012	教学实习	4.0	+6	三(短)
20189040	毕业实习	2.0	+3	四(春夏)

(4) 毕业论文(设计) 8 学分

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
20189010	毕业论文	8.0	+12	四(春夏)

3. 个性课程 12 学分

个性课程学分是学校为学生专门设置的自主发展学分。学生可利用个性课程学分,自主选择修读任何感兴趣的本科生或研究生课程。个性课程学分也可由学生自主用于下列用途:

- (1) 转换境内、境外交流学习的多余课程学分;
- (2) 冲抵专业确认或转专业前后的冗余课程学分;
- (3) 修读各类别创新创业理论或实践课程学分;
- (4) 修读本专业推荐修读的专业选修课程。

课程号	课程名称	学分	周学时	建议学年学期
20190180	管理研究方法	2.0	2.0-0.0	三(秋)
20192860	消费者信息处理与决策	2.0	2.0-0.0	三(秋)
20124870	社会化微营销	2.0	2.0-0.0	三(冬)
20192870	消费者神经科学	2.0	2.0-0.0	三(春)
20124700	商法	3.0	3.0-0.0	三(春夏)
20124820	供应链管理	3.0	3.0-0.0	三(春夏)
20122500	管理决策与谈判技巧	2.0	2.0-0.0	三(夏)
20190330	企业文化	2.0	2.0-0.0	三(夏)
20122460	电子商务概论	2.0	2.0-0.0	四(秋)

20186020	创业管理	2.0	2.0-0.0	四(秋)
20196750	零售管理	2.0	2.0-0.0	四(秋)
20120770	营销专题	2.0	2.0-0.0	四(冬)
20190120	公共关系学	2.0	2.0-0.0	四(冬)

4. 第二课堂 +4 学分

5. 第三课堂 +2 学分

6. 第四课堂 +2 学分