

中北大学

# 本科培养方案

(2023 版)

专 业 名 称	市场营销
专 业 代 码	N120202
学 院 名 称	经济与管理学院
培养方案执笔人签字	_____
学科(术)带头人签字	_____
系 主 任 签 字	_____
教 学 院 长 签 字	_____
院 长 签 字	_____

2023 年 4 月

# 市场营销专业培养方案

## 一、专业基本信息

专业代码：N120202

专业名称：市场营销

学科门类：管理学

专业类别：工商管理类

学制：4年

授予学位：管理学

## 二、专业介绍

市场营销专业,2005年9月开始招生,共有专职教师20名,省级教学名师1人,2017年获批中北大学校级优势专业建设项目,2018年被评为山西省一流本科建设专业,2021年入选国家级一流本科专业建设点。市场营销专业结合中北大学理工母体、本着工管结合的基本思路,面向工商企业,着力培养具有理工思维的市场营销高级应用型人才。

## 三、专业培养目标

本专业培养具有社会责任感、公共意识、人文精神与科学素养,创新精神和国际视野,适应国家经济建设需要,掌握现代经济管理理论、市场营销理论和营销决策分析方法,具备市场分析及营销策划等实践能力,能够在政府、各类企事业单位胜任营销管理、客户关系管理、市场分析与预测等相关工作的高级应用型人才。

预期学生在毕业后五年左右能达到的具体目标:

能够利用各类资源,综合考虑社会、环境、法律、经济、道德、政策、文化等因素影响,在政府和企事业单位从事市场调研、市场预测、营销策划和营销实践等工作。

能够学习和掌握营销管理决策工具,运用相关知识和营销技能评价市场实践和解决市场问题。具有从事市场营销管理工作所需的写作、交流、沟通、领导、组织等能力,具有一定的创新思维、创新能力、创业能力和团队协作能力。具备从事市场营销管理工作的基本职业操守和价值观念,具有良好的人文社会科学素养、社会责任感,乐于尊重并践行社会职业道德和规范,服务社会。

## 四、毕业要求

本专业学生主要学习工商管理方面的基本理论和基本知识,接受营销创新思维、科学研究方法和营销实践技能的基本训练,具备营销管理、市场分析、营销预测和营销实践专业能力。

本专业毕业生应满足如下在知识、能力和素质等方面的要求:

1. 工程知识：能够系统掌握统计学、经济学、管理学、市场营销学和消费者行为学等方面的理论知识与方法，能够将相关知识用于解决市场实践问题。

2. 问题分析：能够应用数学、自然科学和社会科学的基本原理，识别、表达，并通过文献研究分析市场问题，以获得有效结论

3. 设计开发解决方案：能够设计针对市场问题和满足特定市场需求的方案，并能够在设计环节中体现创新意识，考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等因素。

4. 研究：能够基于科学原理并采用科学方法对市场问题进行研究，包括设计实验、分析与解释数据，并得到合理有效的结论。

5. 使用现代工具：能够针对市场问题，开发、选择与使用恰当的技术、资源和信息技术工具，包括对市场问题的预测与模拟，得到有效结果，并能够理解其局限性。

6. 工程与社会：能够基于营销决策与技术和营销实践相关背景知识，评价市场实践和市场策划方案对社会、环境、健康、安全、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。

7. 环境和可持续发展：能够理解和评价企业营销活动实践对环境、社会可持续发展的影响，并在营销决策过程中予以考虑。

8. 职业规范：具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在市场实践中理解并遵守职业道德和规范，履行责任。

9. 个人和团队：能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。

10. 沟通：能够就市场问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。并具备一定的国际视野，能够在跨文化背景下进行沟通和交流。

11. 项目管理：具有营销管理与营销决策意识，理解并掌握营销管理原理与营销决策方法，并能在多学科环境中的营销实践环节加以应用。

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

## 五、专业核心课程

广告策划创意、战略管理、营销调研、服务营销、营销工程、销售管理、营销策划、渠道管理、品牌管理、消费者行为学、新媒体营销、人力资源管理、大数据营销、商务谈判、客户关系管理、国际市场营销（双语）、价格管理。

## 六、主要实践教学环节(含主要独立开设实验)

营销管理电子对抗、企业沙盘模拟对抗、营销综合实训、商务谈判模拟、创新创业实务模拟、毕业实习、毕业设计。

## 七、 毕业和学位要求

修满本培养方案规定的  $B(151) + X(10) = 161$  学分，成绩合格并符合《中北大学本科生学籍管理规定》要求的学生，可获得市场营销专业本科毕业证书。

符合毕业要求并达到《中北大学学位评定委员会关于授予学士学位的规定》要求的学生，经学校学位评定委员会审查批准，可授予管理学学士学位。

## 八、 课程设置及学时(学分)分配表(附件 1)

## 九、 学分统计表(附件 2)

## 十、 课程体系支撑毕业要求矩阵图(附件 3)

## 十一、 课程体系拓扑图(附件 4)

## 附件 1:

市场营销专业课程设置及学时(学分)分配表

课程类别	课程号	课程名称	开课学期	学分	总学时	学时分配表			备注
						理论	实验	实践	
思政类 (15.5 学分)	X2317000102	中国近现代史纲要	一 1	2.5	40	40			
	X23170001061	形势与政策 1	一 1	0.25	8	8			
	X23170001062	形势与政策 2	一 2	0.25	8	8			
	X2317000101	思想道德与法治	一 2	2.5	40	40			
	X23170001063	形势与政策 3	二 1	0.25	8	8			
	X2317000103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	二 1	2.5	40	40			
	X23170001064	形势与政策 4	二 2	0.25	8	8			
	X2317000104	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	二 2	2.5	40	40			
	X2317000105	马克思主义基本原理	二 2	2.5	40	40			
	X23170001065	形势与政策 5	三 1	0.25	8	8			
	X23170001066	形势与政策 6	三 2	0.25	8	8			
	X23170001067	形势与政策 7	四 1	0.25	8	8			
	X23170001068	形势与政策 8	四 2	0.25	8	8			
	X2317000402	改革开放史	一 2	1.0	16	16			
	通识教育 必修课程 (35 学分)	体育与健康类 (5 学分)	X2325000101	大学生实用心理学	一 1	1.0	32	8	
X23110001011			体育(1)1	一 1	0.75	24	24		
X23110001012			体育(1)2	一 2	0.75	24	24		
X23110001021			体育(2)1	二 1	0.75	24	24		
X23110001022			体育(2)2	二 2	0.75	24	24		
X23110001031			体育(3)1	三 1	0.5	24	24		
X23110001032			体育(3)2	三 2	0.5	24	24		
审美与艺术类 (2 学分)	美育课程_美学和艺术史论类(详见教务系统)								
	美育课程_艺术鉴赏和评论类(详见教务系统)								
	美育课程_艺术体验和实践类(详见教务系统)								
语言类 (8 学分)	X2310000101	大学英语 A(1)	一 1	2	32	32			
	X2310000102	大学英语 A(2)	一 2	2	32	32			
	X2310000103	大学英语 A(3)	二 1	2	32	32			
	X2310000104	大学英语 A(4)	二 2	2	32	32			
新生研讨类 (.5 学分)	Y2309000101	经管类热点讨论	一 1	0.5	8	8			
信息类 (3 学分)	X2320000102	C 语言程序设计 B	一 1	3	56	32	24		
安全教育类	X2325000102	大学生安全教育	一 1	0.5	8	8			

课程类别		课程号	课程名称	开课学期	学分	总学时	学时分配表			备注
							理论	实验	实践	
(1 学分)		X23250001041	国家安全教育专题教育 1	一 1	0.125	2			2	
		X23250001042	国家安全教育专题教育 2	二 1	0.125	2			2	
		X23250001043	国家安全教育专题教育 3	三 1	0.125	2			2	
		X23250001044	国家安全教育专题教育 4	四 1	0.125	2			2	
通识教育 选修课程 (7 学 分)	通识教育任 选课程 (5 学 分)	通识教育选修课 (详见教务系统)								
	通识教育限 选课程 (1 学 分)	X2325000103	大学生职业生涯规划	一 2	0.5	8	8			
		X2309000104	创业基础	一 2	0.5	8	8			
	军工与国防类 (1 学分)	军工与国防类 (详见教务系统)								
学科基础教育课程 (38.5 学分)		X2308000207	高等数学 D(1)	一 1	5	80	80			
		Y2309000205	会计学原理	一 1	3.0	48	40	8		
		Y2309000201	现代管理学	一 1	2	32	32			
		X2308000210	线性代数 B	一 1	3	48	48			
		Y2309000202	微观经济学	一 2	3	48	48			
		Y2309000204	市场营销学	一 2	2	32	32			
		X2308000208	高等数学 D(2)	一 2	5	80	80			
		Y2309000206	批判性思维	一 2	1	16	16			
		X2308000212	概率论与数理统计 A	二 1	4	64	64			
		Y2309000208	大数据与商务智能	二 1	2	32	32			
		Y2309000203	宏观经济学	二 1	2	32	32			
		Y2309000207	统计学原理	二 2	3.0	48	40	8		
		Y2309000209	经管类文献检索与论文写作	三 2	1.5	24	16	8		
		Y2309000210	经济法	三 2	2	32	32			
专业教育必修课程 (35.5 学分)		Z2309030301	市场营销专业导论	一 2	0.5	8	8			
		Z2309030303	商务谈判	二 1	2	32	32			
		Z2309030302	营销调研	二 1	2.5	40	32	8		
		Z2309030304	消费者行为学	二 2	2.5	40	32	8		
		Z2309030305	人力资源管理	二 2	2	32	32			
		Z2309030309	销售管理	三 1	2	32	32			
		Z2309030308	国际市场营销(双语)	三 1	2	32	32			
		Z2309030307	大数据营销	三 1	2	32	24	8		
		Z2309030306	战略管理	三 1	2	32	32			
		Z2309030310	营销策划	三 1	1.5	32	16	16		
		Z2309030312	广告策划创意	三 1	2	32	32			
		Z2309030311	渠道管理	三 1	2	32	32			
		Z2309030313	服务营销	三 2	2	32	24	8		

课程类别	课程号	课程名称	开课学期	学分	总学时	学时分配表			备注
						理论	实验	实践	
	Z2309030314	营销工程	三2	2	32	24	8		
	Z2309030315	品牌管理	三2	2	32	32			
	Z2309030316	新媒体营销	三2	2	32	24	8		
	Z2309030317	价格管理	三2	1.5	24	24			
	Z2309030318	客户关系管理	四1	1.5	24	24			
	Z2309030319	军工营销	四1	1.5	24	24			
专业教育选修课程 (6 学分)	Z2309030603	传播学与危机公关	三2	2	32	24	8		
	Z2309030602	人才测评	三2	2	32	32			
	Z2309030601	生产运营管理	三2	2	32	32			
	Z2309030606	营销伦理	四1	2	32	32			
	Z2309030605	组织行为学	四1	2	32	32			
	Z2309030607	全球商业战略	四1	2	32	32			
	Z2309030604	产业经济学	四1	2	32	32			
实践教学环节 (29 学分)	X2317000502	思想政治理论课综合实践 2	一1	0.5	8			8	
	X2325000701	军事课(含军事理论、军事技能)	一1	2	84	36		48	
	X2320000704	工程训练 C	一2	2.0	48			48	
	X2317000501	思想政治理论课综合实践 1	一2	0.5	8			8	
	Z2309030701	商务谈判模拟	二1	1	24			24	
	X2317000503	思想政治理论课综合实践 3	二1	0.5	8			8	
	X2317000505	思想政治理论课综合实践 5	二2	0.5	8			8	
	X2317000504	思想政治理论课综合实践 4	二2	0.5	8			8	
	X2320000701	创新创业实践(含理论课程)	二2	4.0	96			96	
	Z2309030702	企业沙盘模拟对抗	三1	1	24			24	
	Z2309030703	营销综合实训	三1	1	24			24	
	Z2309030704	营销管理电子对抗	三2	2	48			48	
	Z2309030705	创新创业实务模拟	三2	1	24			24	
	X2311000701	体质健康标准测试	四1	0.5	8			8	
	Y2309030901	毕业实习	四2	4.0	192			192	
	Y2309030801	毕业设计	四2	8.0	384			384	
素质拓展课程 (4 学分)	素质课程 (1.5 学分)	X2325002102	社会实践	二2	1.0	24		24	
		X2325002101	公益劳动	三1	0.5	24		24	
	素质活动 (2.5 学分)	Y2309002101	综合素质拓展	三2	2.5	60		60	
个性化发展课程 (6 学分)	挑战性课程 (2 学分)	Z2309030608	非物质激励	三2	2	32	32		
		Z2309030609	领导力	三2	2	32	32		
		Z2309030610	工业品营销管理实务	四1	2	32	32		
		Z2309030611	商业写作	四1	2	32	32		

课程类别		课程号	课程名称	开课学期	学分	总学时	学时分配表			备注
							理论	实验	实践	
专业高阶课程 (2 学分)	Z2309030612	数字营销	三 2	2	32	32				
	Z2309030614	数据挖掘	三 2	2	32	32				
	Z2309030613	商务统计学	四 1	2	32	32				
	Z2309030615	管理学研究方法论	四 1	2	32	32				
跨学科交叉融合课程 (2 学分)	跨学科交叉融合课程 (详见教务系统)									
毕业学分要求						B(151)+X(10)=161				

## 附件 2:

学分统计表

课程类型		课程性质	学分	比例 (%)	学分类别
理论教学	通识教育必修课程	必修	35	21.74%	B
	通识教育选修课程	选修	7	4.35%	
	学科基础教育课程	必修	38.5	23.91%	
	专业教育必修课程	必修	35.5	22.05%	
	专业教育选修课程	选修	6	3.73%	
实践教学	实践教学环节	必修	29	18.01%	X
	素质拓展课程	必修	4	2.48%	
个性化发展课程		选修	6	3.73%	
毕业生学分最低要求			B(151)+X(10)=161		

附件3：课程体系支撑毕业要求矩阵图

课程性质	课程名称	毕业要求											
		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12
		工程知识	问题分析	设计/开发解决方案	研究	使用现代工具	工程与社会	环境与可持续发展	职业规范	个人和团队	沟通	项目管理	终身学习
思想政治理论类	中国近现代史纲要								√				
	马克思主义基本原理						√						
	思想道德与法治						√		√				
	形势与政策								√				
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论							√	√				
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论							√	√				
	中共党史								√				
	新中国史								√				
	改革开放史								√				
	社会主义发展史								√				
军事类	军事课(含军事理论、军事技能)									√			
	军事课(含军事理论、军事技能)训练									√			
体育与健康类	大学生心理健康教育								√				

	体育类课程									√			
审美与艺术类	大学美育					√							
语言类	大学英语										√		√
新生研讨类	经管类热点讨论					√							
安全教育类	安全教育类课程						√						
信息类	C 语言程序设计	√				√							
其它类课程	创新创业类课组											√	
	管理与领导力类课组		√							√	√	√	√
	伦理与可持续发展类课组							√	√				√
	文明与经典类课组						√						√
	全球视野类课组							√			√		√
	写作与沟通类课组								√			√	√
学科基础教育课程	高等数学 D (1)	√	√										
	高等数学 D (2)	√	√		√								
	线性代数 B	√	√		√								
	概率论与数理统计 A	√	√		√								
	现代管理学	√	√							√		√	
	微观经济学	√	√										
	宏观经济学	√	√										
	市场营销学	√			√		√						
	会计学原理	√					√		√				
	批判性思维			√					√				√
	统计学原理	√	√		√		√						
	大数据与商务智能						√						
	经管类文献检索与论文写作						√			√			
经济法			√		√								

专业教育课程	市场营销专业导论	√											
	广告策划创意	√	√	√			√						
	战略管理	√	√									√	
	营销调研			√	√					√			
	服务营销	√	√	√									
	营销工程	√	√		√	√							
	销售管理	√	√	√									√
	营销策划	√	√	√	√	√	√				√	√	
	渠道管理	√		√									
	品牌管理	√	√	√									
	消费者行为学	√	√		√						√		
	新媒体营销	√		√		√							
	人力资源管理	√	√							√			
	大数据营销	√	√			√						√	
	商务谈判	√		√					√				
	客户关系管理	√		√				√			√		
	国际市场营销(双语)	√	√	√									
价格管理	√	√	√										
军工营销	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	
实践教学环节	工程训练 C					√			√	√			
	体质健康标准测试								√				
	思想政治理论课综合实践 1								√				
	思想政治理论课综合实践 2								√				
	思想政治理论课综合实践 3								√				
	思想政治理论课综合实践 4								√				
	思想政治理论课综合实践 5								√				

	营销管理电子对抗	√					√			√			
	企业沙盘模拟对抗	√	√	√						√			
	营销综合实训						√			√			
	商务谈判模拟	√						√		√	√		
	创新创业实务模拟				√		√						
	毕业实习	√	√				√		√				
	毕业设计	√	√				√				√		
素质拓展课程	社会实践						√	√					
	公益劳动								√	√			
	综合素质拓展							√					
专业选修课		√	√	√		√		√	√	√	√	√	√
挑战性课程		√	√	√	√	√	√			√	√	√	
专业高阶课程		√	√	√	√							√	
跨学科交叉融合课程		√	√						√	√	√		√

附件 4：课程体系拓扑图

