

# 市场营销（专升本）专业人才培养计划

## 一、培养目标

围绕成人学生从事社会职业所需的综合素质，通过基本知识和基本技能的学习与实践，培养具有一定系统思维能力、组织协调能力、岗位操作与创新能力的，有较好职业素养和职业技能的专门人才。

培养具备管理、经济、法律、市场营销等方面的知识和能力，能在企、事业单位及政府部门从事市场营销与管理岗位要求的实用人才。

## 二、培养规格

为实现培养目标要求，把全面发展的具有创新精神和实践能力的成人高等教育基本要求，与培养实用型的职业技术人才和管理人才的具体目标整合，培养规格具体体现为对学生基本素质、专业素质、职业素质及和综合实践的要求。

1. 基本素质要求。以思想政治理论课程和通识课程为载体，旨在提高学生职业道德与价值取向、人文精神与文化修养；培养学生热爱社会主义祖国，拥护中国共产党领导，掌握马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和习近平新时代中国特色社会主义思想的基本原理；愿为社会主义现代化建设服务，为人民服务，有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感；具有敬业爱岗、艰苦奋斗、热爱劳动、遵纪守法、团结合作的品质；具有良好的思想品德、社会公德和职业道德。

2. 专业素质要求。通过专业基础课、专业课和专业选修课学习，按照理论够用、重在培养专业实践能力的原则，要求学生在掌握这些学科的基本理论和基本技能的基础上，能灵活运用、融会贯通。

3. 职业素质要求。体现在成人学历教育与职业技能的沟通和职业能力的拓展上，主要包括职业技能型和职业素质两方面的拓展，实现这一目标要求学生应当具备系统思维能力、人文精神与责任感、良好职业道德、组织协调能力、沟通交往能力和计算机操作能力，这些能力最终体现在适应岗位设计与操作要求，具备岗位创新能力上。

4. 综合实践要求。是学生取得毕业资格的必要条件和走向社会从事社会职业活动的预演，包括专业实践、实训和综合能力考核等内容，注重与社会实际结合，与学生从事的工作岗位结合。

成人高等教育本科毕业生符合国家教育部和我校有关学位授予规定者，经我校学位评定委员会审核通过，授予学士学位。

## 三、学制与学分

基本学制：3年；学习年限：2.5-6年；学习形式：函授

总学分94。其中，基本素质课程14学分；专业素质课程56学分；职业素质课程12学分；综合实践课程12学分。

#### 四、课程体系

##### 1. 课程体系总体框架

由基本素质、专业素质、职业素质、综合实践四大模块构成。

通过基本素质课程培养系统思维和人文精神；通过专业素质课程强化职业素质；通过职业素质课程（职业技能、职业拓展）奠定良好的岗位设计、操作基础；通过综合实践（专业实践、综合考核）检验学生职业素养水平，提升就业竞争力。

##### 2. 课程设置与考核方式

基本素质课开设的思想政治课程为必修考试课程，其他通识课程为必修考查课程。专业素质课分为必修考试和必修考查两类。职业素质课均为选修、考查课程。综合实践课为必修、考核课程。

##### 3. 课程开设方法与成绩评定

基本素质课一般采用课堂讲授（或网络讲授）+ 案例讨论（或网络互动）+ 自学与作业 + 考试（网络测验与笔试）的方式进行。政治课按笔试成绩60%，其他形式（网络测验、课堂表现、作业等）40%确定最终成绩，通识课参照这一模式，由任课教师决定考查方式。基本素质课成绩均按百分制统计。

专业素质课一般采用课堂讲授 + 案例讨论 + 作业 + 实践实训 + 笔试的方式进行，笔试卷面成绩占60%，平时成绩占40%，成绩按百分制统计。

职业素质课一般采用课堂讲授（或网络讲授）+ 案例讨论（或网络互动）+ 自学与作业 + 笔试（或网络测验）的方式进行，按笔试成绩60%，其他形式（网络测验、课堂表现、作业等）40%确定最终成绩，成绩均按等级制统计。学生选修职业技能课程，参加技能考试合格的成绩互认，未取得合格证的，按校内考核成绩记录。

综合实践课的实操实训和实践活动的开设方式为，引导性讲座 + 教师指导 + 实践实训方式进行，由实践指导教师按等级制评定成绩。除申请学位的本科生外，不再要求本、专科学生做毕业论文，而应根据不同专业的特点，采用创新设计、领域或行业综合调研、生产或管理革新方案等研究成果及说明的方式体现综合能力水平，开设方式为引导性专题讲座 + 教师指导 + 学生自主研究的方式进行，由指导教师按等级制评定初评成绩，评审组复核确认。

申请学士学位的本科毕业生，仍需按国家学位条例和相关专业学院的规定做毕业论文，培养计划中将开设绿色通道以满足学生需求，包括在专科和本科保留外语选修课程，在职业素质选修课体系中开设《学位论文写作和文献检索》课程。

## 五、专业素质课程简介

1. 经济数学：是经济管理中应用的数学，是经济学、管理学与数学相互交叉的一个新的学科，是一门比较抽象、理论性强、内容涵盖面较广的基础课程，主要包括一元微积分和多元微分学、概率统计、线性代数等内容。

2. 消费经济学：内容包括绪论、消费需要、消费水平、消费结构、消费方式、家庭消费、消费心理与消费者行为、消费习俗与消费流行、消费信贷在中国的发展、保护消费者权益等。

3. 企业会计学：主要内容包括货币资金和应收及预付项目、存货、投资、固定资产、无形资产和其他资产、流动负债、长期负债、所有者权益、收入、成本和费用、利润及利润分配、特殊经济业务的处理、财务会计报告等。

4. 管理信息系统：内容包括管理信息系统概论、计算机网络技术基础、企业计算模式、系统规划、系统分析、系统设计、实施、运行维护与评价、项目管理。

5. 市场营销学概论：使学生系统地掌握市场营销学的基本概念、理论和方法，增强学习、研究、应用市场营销学的能力，学会如何营销自己，如何经营组织，最终走向成功。

6. 市场调研：掌握市场营销调研的基本原理、方法和技术，培养学生搜集、整理和分析市场信息的能力，尤其是综合运用各种调查与预测方法和相关知识的能力，增强学生的创新意识。

7. 金融理论与实务：内容有货币和货币制度、信用、利息与利息率、金融机构、中央银行、商业银行、商业保险、金融市场、国际金融、货币供求与均衡、货币政策、金融发展趋势等。

8. 国际市场营销学：从国际市场营销环境分析入手，通过国际市场调研与分析，确立国际市场营销战略，在选择国际市场进入与退出方式的基础上，重点阐述了有关国际市场的产品与品牌、价格制定与协调、分销与物流、营销沟通与谈判等内容，最后对国际竞争战略与战略联盟进行分析。

9. 整合营销传播：通过对整合营销传播理念与思路的学习和理解，通过对各种营销传播工具的认识和运用，使学生在市场营销方面的素质有较大的提高，奠定较扎实的可实践性的理论基础。提高学生的创新能力和实践能力的作用。

10. 营销创新：以市场营销学基本理论为指导，紧密结合营销的创新战略、市场导向、领导、文化、资源和体系及过程，对营销创新模式、整合营销、关系营销、体育营销、绿色营销、文化营销、心理营销、概念营销、事件营销、破坏性营销、网络营销和手机营销等进行了系统的阐述。

11. 网络营销：从网络营销理论出发，对网络营销的全过程进行了分析和总结，使学生认识网络营销环境、学会通过网络进行市场调研、通过分析网络消费

者与营销市场、在整体上掌握网络营销战略与计划、灵活运用网络营销的产品策略、价格策略、了解网络营销的渠道策略、借助网络广告与促销策略和网络营销的顾客策略，培养利用网络进行市场营销的能力。

12. 品牌管理：阐述了品牌管理的基本概念、研究的对象和内容，品牌发展简史；品牌管理从品牌的定位、设计、品牌形象目标的确立、到品牌个性的打造和传播的全过程；品牌文化与品牌战略；品牌管理机构；品牌资产以及如何建立品牌知名度、美誉度、品质认知、品牌联想和提升品牌忠诚度，评估品牌资产的方法和模型，品牌资产的保护手段以及品牌危机管理的理论和知识以及在实践中处理危机的技能；品牌未来的发展趋势预测。

## 六、支持服务能力

### 1. 师资队伍

成人高等教育有专兼职教师 458 人。其中，高级 308 人，中级 141 人，初级 9 人；双师型教师约占 20%。

### 2. 教学设施

(1) 教学用房。学校总占地面积 1327697.8 m<sup>2</sup>，产权占地面积为 1327697.8 m<sup>2</sup>，绿化用地面积为 787500 m<sup>2</sup>，学校总建筑面积为 566063.75 m<sup>2</sup>。学校现有教学行政用房面积共 307261.15 m<sup>2</sup>，其中教室面积 38764.6 m<sup>2</sup>，实验室及实习场所面积 123489.2 m<sup>2</sup>。拥有学生食堂面积为 12203.79 m<sup>2</sup>，体育馆面积 58874 m<sup>2</sup>。

(2) 学校现有教学、科研仪器设备资产总值 69785.31 万元。

(3) 图书馆及图书资源。学校拥有图书馆 2 个，图书馆总面积达到 24820 m<sup>2</sup>，阅览室座位数 2431 个，纸质图书 1631064 册，电子图书 4577632 册，数据库 65 个。

(4) 学校校园网主干带宽达到 10000Mbps。校园网出口带宽 2100Mbps。网络接入信息点数量 29498 个。

## 七、教学计划进度简表

基本学制：3年

专升本/函授

类别	序号	课程编码	课程名称	学分	学时			学分分布 考试▲考查●					
					学时	讲授	自学	一	二	三	四	五	六
基本 素质			基本素质课程	14	252	126	126	见附件1					
	小 计			14	252	126	126	3.4	3.4	3.4	3.4	0.2	0.2
专业 素质	1	P10002	经济数学	8	144	72	72	4▲	4▲				
	2	P11301	消费经济学	4	72	36	36	4▲					
	3	P11303	企业会计学	4	72	36	36	4●					
	4	P11304	管理信息系统	4	72	36	36		4▲				
	5	P11315	市场营销学概论	5	90	45	45			5▲			
	6	P11316	市场调研	5	90	45	45			5▲			
	7	P11307	金融理论与实务	6	108	54	54				6▲		
	8	P11308	国际市场营销学	4	72	36	36				4▲		
	9	P11319	整合营销传播	4	72	36	36					4▲	
	10	P11310	营销创新	4	72	36	36					4●	
	11	P11321	网络营销	4	72	36	36					4●	
	12	P11312	品牌管理	4	72	36	36					4▲	
	小 计				56	1008	504	504	12	8	10	10	16
职业 素质			职业素质课程	12	216	84	132	见附件2、3					
	小 计			12	216	84	132		6●		6●		
综合 实践	1	ZH0001	专业实践实训	4	72		72						4▲
	2	ZH0002	综合能力考核	6	108		108						6▲
	3	S10006	思想政治理论课（实践）	2	36		36						2▲
	小 计				12	216		216					
总计				94	1692	714	978	15.4	17.4	13.4	19.4	16.2	12.2

附件 1:

## 基本素质课程（专升本）

基本学制：3 年

专升本/函授

类别	序号	课程编码	课程名称	学分	学时			学分分布 考试▲考查●						
					学时	讲授	自学	一	二	三	四	五	六	
基本 素质 课程	1	S10001	思想道德修养与法律基础	3	54	27	27	3▲						
	2	S10002	中国近现代史纲要	3	54	27	27		3▲					
	3	S10003	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	3	54	27	27			3▲				
	4	S10004	马克思主义基本原理概论	3	54	27	27				3▲			
	5	S10005	形势与政策	2	36	18	18	0.4 ●	0.4 ●	0.4 ●	0.4 ●	0.2 ●	0.2 ●	
	小 计				14	252	126	126	3.4	3.4	3.4	3.4	0.2	0.2

备注：S10006 思想政治理论课（实践）2 学分，安排在综合实践模块中开课

附件 2:

## 职业技能考证课程（选修）

标准学分：3 总学时：54 讲授学时：21 自学学时：33 考核方式：考查

序号	课程编码	课程名称	认证机构与统考时间
1	CE0004	初级会计实务（考证）	财政部 会计专业技术初级资格考试 初级资格（5月）
2	CE0005	经济法基础（考证）	
3	CE0006	全国英语等级2（PETS2）（考证）	教育部考试中心 全国英语等级考试 PETS（3月、9月）
4	CE0007	全国英语等级3（PETS3）（考证）	
5	CE0008	NCRE 一级计算机基础及MS Office 应用(考证)	教育部考试中心 全国计算机等级考试 （3月、5月、9月、12月）
6	CE0010	NCRE 二级 C++语言程序设计（考证）	
7	CE0017	行政职业能力测验（考证）	公务员考试 （11月底）
8	CE0018	申论（考证）	
9	CE0019	公务员面试实训（考证）	
10	CE0020	证券基础知识（考证）	中国证券业协会 证券业从业人员资格考试 （3月、5月、7月、8月、11月）
11	CE0021	证券交易（考证）	
12	CE0022	证券发行与承销（考证）	
13	CE0023	证券投资分析（考证）	
14	CE0024	证券投资基金（考证）	
15	CE0033	BIM 一级（考证）	中国图学学会 全国 BIM 技能等级考试 （6月、12月）

说明：职业拓展选修不分专业和本专科层次；选课时间为春季学期放假前，参照当年的选修课指引选课；校外教学点选修课的开设由校外点征求学生意见、报学院批准后实行；各门课程的学分详见选课说明。

附件 3:

## 职业能力拓展课程（选修）

标准学分：3 总学时：54 讲授学时：21 自学学时：33 考核方式：考查

序号	课程编码	课程名称	课程类别
1	E00001	当代世界经济与政治	政治修养
2	E00002	中国近现代史纲要	
3	E00003	公共政策分析	
4	E00004	文学欣赏	文化修养
5	E00005	艺术欣赏	
6	E00006	中国传统文化	
7	E00007	中西方文化比较	
8	E00008	美学原理与应用	
9	E00009	心理与健康	个人修养
10	E00010	职业生涯规划	
11	E00011	时间管理	
12	E00012	沟通与团队协作	
13	E00013	公共关系学	公共关系
14	E00014	社交与礼仪	
15	E00015	谈判理论与技巧	
16	E00016	演讲与辩论	
17	E00058	网络舆情管理	
18	E00059	行政管理案例分析	
19	E00060	应急公共管理	法律
20	E00017	合同法	
21	E00018	劳动合同法	
22	E00019	社会保障法	
23	E00020	婚姻法与继承法	
24	E00021	国际贸易法	
25	E00022	行政公文写作	写作文秘

26	E00023	电子政务	
27	E00024	办公软件应用	
28	E00025	应用写作	
29	E00026	应用逻辑	
30	E00027	逻辑学	
31	E00028	大学语文	
32	E00061	大数据分析	计算机应用
33	E00062	可视化方法	
34	E00063	Excel 数据处理与分析	
35	E00064	Python 数据分析	
36	E00034	大学英语（1-2）	应用外语
37	E00035	大学英语（3-4）	
38	E00036	学位英语	
39	E00037	英语口语	
40	E00038	应用日语	
41	E00039	网路支付与结算	财务理财
42	E00040	个人理财	
43	E00041	社会调查原理与方法	研究与方法
44	E00042	科学研究方法（含学术论文写作）	
45	E00043	股份制经济学	商务活动
46	E00044	国际贸易实务	
47	E00045	商务交流	
48	E00046	商务英语	

说明：职业拓展选修不分专业和本专科层次；选课时间为春季学期放假前，参照当年的选修课指引选课；校外教学点选修课的开设由校外点征求学生意见、报学院批准后实行；各门课程的学分详见选课说明。