

市场营销专业应用型人才培养方案

一、专业介绍

市场营销专业是属于管理学门类下的工商管理类专业。市场营销专业秉承安徽信息工程“产业工程师、创业企业家的摇篮”的办学愿景，依托科大讯飞股份有限公司（以下简称“科大讯飞”）的师资、实训基地、技术等资源，培养应用型的实战人才。科大讯飞全程参与培养方案的制定，培养方案强调学生实践能力的训练，有多个类型的实训环节，实践学分的占比达到了 26.9%，部分实习在科大讯飞完成。本专业部分专业课的授课由校内教师和科大讯飞营销中心的高管共同完成，实行真实的项目化教学，实现学校和企业的无缝对接,此种授课方式在省内开创了先河，也是本专业的最大特色。同时，为满足市场个性化的需求，开设了网络营销、IT 产品营销、机电产品营销、汽车营销等几个培养方向。本专业毕业生的就业将主要分布在长三角地区，优秀毕业生优先推荐到科大讯飞就业。

二、培养目标

市场营销专业通过市场营销专业核心知识教育、综合能力培养、营销实践训练，培养德、智、体、美、劳全面发展，适应现代市场经济管理需要，具备人文精神、科学素养和诚信品质，掌握管理学、市场营销学的基本理论和市场营销专业技能，能够从事市场调研、网络营销、营销策划、销售管理等营销业务及管理工作的应用型、复合型专业人才。学生毕业后能够迅速适应工作岗位，毕业 3-5 年后能够成为优秀的营销部门主管或职业经理人。

三、毕业要求

毕业要求 1：经济管理知识：掌握经济学、管理学等相关学科的基本知识，用于解决相关复杂市场环境中的问题。

毕业要求 2：问题分析能力：具备综合应用相关经济、管理学理论，发现、分析营销实际问题的能力，具有一定的批判性思维能力。

毕业要求 3：使用现代工具能力：能够掌握计算机应用基础知识，能运用现代信息技术获取相关的信息。

毕业要求 4：设计/开发解决方案能力：具备从事市场调研、网络营销、营销

策划、销售管理等营销工作的能力。

毕业要求 5: **职业规范**: 具有良好的人文科学素养、思想品德、社会公德和职业道德,熟悉市场营销的方针、政策和法规及了解国际市场营销的惯例和规则。

毕业要求 6: **沟通能力**: 具有较强的文字功底、语言表达能力、人际沟通能力。

毕业要求 7: **团队精神**: 能够在集体项目中发挥自己的特长,扮演自身的角色,能够与团队其他成员进行协作。

四、专业方向

分为网络营销、汽车营销、IT 产品营销、机电产品营销等四个方向。

五、学制与学位

学制: 2 年, 最长修业年限 4 年。

授予学位: 管理学学士。

六、学分要求

规定毕业总学分: 75.5 学分(含综合素质 1 学分、社会责任教育 2 学分)。

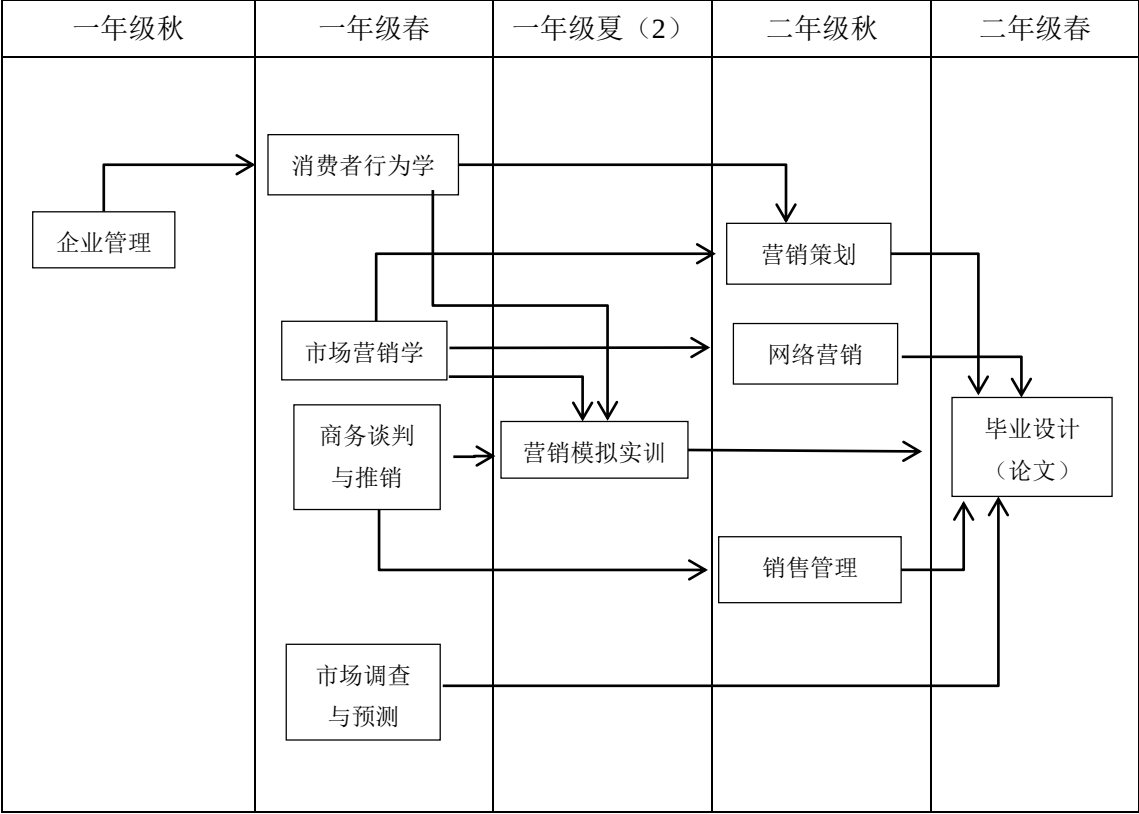
类别		学分	比例 (%)
通识课		4	5.3
专业基础课	学科基础课	21.5	28.5
	专业核心课	21	27.8
专业选修课		9	11.9
集中实践教学环节		17	22.5
综合素质学分		1	1.3
社会责任教育学分		2	2.6
合计		75.5	100

七、主干学科、主要课程、专业核心课程

主干学科: 工商管理。

主要课程: 企业管理、市场营销学、市场调查与预测、消费者行为学、商务谈判与推销、网络营销、销售管理、营销策划、营销模拟实训、毕业设计(论文)等。

主要课程关系结构图如下:



八、专业指导性培养计划表

1.总表

课程 类型	分类	序号	课程编号	课程名称	总学时	学时分配				学分	开课 学期	教改 代码	素质 代码	考核 方式
						理论	实验	上机	课外					
通识课	外语类	1	ZENG4010	商务英语	32	32				2	1-1			考试
	计算机类	2	ZCSE1001	办公自动化	48	16		32		2	1-1			考查
	合 计				80	48		32		4				
专业课	专业基础课	1	ZMGT2002	企业管理	48	48				3	1-1			考试
		2	ZMGT2003	管理经济学	48	48				3	1-1			考试
		3	ZMGT2017	会计学	48	32	16			2.5	1-1			考试
		4	ZMGT2018	应用统计学	48	32	16			2.5	1-1			考试
		5	ZMGT2006	财务管理	48	48				3	1-2			考查
		6	ZMGT2008	市场营销学	48	48				3	1-2			考试
		7	ZMGT2016	电子商务	48	32	16			2.5	2-1			考试
		8	ZMGT2019	经济法	32	32				2	2-1			考查
		合 计				368	320	48			21.5			
	专业核心课	1	ZMGT3514	市场调查与预测	48	48				3	1-2			考试
		2	ZMGT3302	战略管理	32	32				2	1-2			考试
		3	ZMGT3512	商务谈判与推销	32	32				2	1-2			考试
		4	ZMGT3503	消费者行为学	48	48				3	1-2			考试
		5	ZMGT3501	网络营销	48	48				3	2-1			考试
		6	ZMGT3505	销售管理	32	32				2	2-1			考试
		7	ZMGT3510	服务营销	32	32				2	2-1			考试
		8	ZMGT3511	物流管理	32	32				2	2-1			考查
		9	ZMGT3513	营销策划	32	32				2	2-1			考试
		合 计				336	336				21			
专业选修课					144	144				9				
集中实践教学环节					23 周					17				
综合素质学分										1				
社会责任教育学分										2				
总 计					928	848	48	32		75.5				
					23 周									

2.集中实践教学环节模块

类别	序号	课程编号	课程名称	周数	学分	开课学期	教改代 码	素质代 码	考核方 式
专业实践	1	ZMGT5040	企业认知实习	1 周	1	1-0			考查
	2	ZMGT5050	专业认知实习	1 周	1	1-0			考查
	3	ZMGT5020	创业模拟实训	1 周	1	1-0		CE	考查
	4	ZMGT5002	会计学实训	1 周	1	1-3		PP	考查
	5	ZMGT5005	统计分析软件实训	1 周	1	1-3			考查
	6	ZMGT5006	市场调查与预测实训	1 周	1	1-3		PS	考查
	7	ZMGT5501	营销模拟实训	1 周	1	1-3		PS	考查
综合实践	1	ZMGT5999	毕业设计（论文）	16 周	10	2-2		DD	考查
合 计				23 周	17				

3.专业选修课模块

分类	序号	课程编号	课程名称	总学时	学时分配				学分	开课 学期	考核方式
					理论	实验	上机	课外			
专业选修	1	ZMGT4204	商务礼仪	32	32				2	1-1	考查
	2	ZMGT4511	组织行为学	32	32				2	1-1	考查
	3	ZMGT3303	人力资源管理	32	32				2	1-2	考查
	4	ZMGT4508	广告学	32	32				2	1-2	考查
	5	ZMGT4505	渠道管理	32	32				2	2-1	考查
	6	ZMGT4510	品牌管理	32	32				2	2-1	考查
网络营销 方向	1	ZMGT4518	新媒体营销策划	16	16				1	1-2	考查
	2	ZMGT4509	网店运营	32	32				2	2-1	考查
汽车营销 方向	1	ZMGT4512	汽车营销导论	16	16				1	1-2	考查
	2	ZMGT4513	汽车金融	32	32				2	2-1	考查
IT 产品营销 方向	1	ZMGT4514	IT 产品营销导论	16	16				1	1-2	考查
	2	ZMGT4515	IT 产品营销策划	32	32				2	2-1	考查
机电产品营销 方向	1	ZMGT4516	机电产品营销导论	16	16				1	1-2	考查
	2	ZMGT4517	机电产品营销策划	32	32				2	2-1	考查
合 计				384	384				24	每生选修 9 学分	

4.综合素质与能力培养课程模块

素质 代码	领域	序号	课程编号	课程名称	学分	基本教学目的
PS	专业实 践技能	1	ZMGT5501	营销模拟实训	1	使学生、熟悉网络营销流程，掌握市场营销基本实质；掌握市场调研的内容与主要方法；掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识；培养学生基本能力、专业能力和发展能力（如公关能力、创新能力、管理能力）等。
		2	ZMGT5006	市场调查与预测实训	1	通过实践培养学生四大基本能力：调查方案设计能力，调查资料收集、整理与分析能力，调查报告撰写能力和创造性应用资料能力。

PP	项目实践能力	3	ZMGTS002	会计学实训	1	通过课程学习，使学生掌握会计学的基本原理和方法，能够综合应用所学知识分析、研究和解决企业会计中的各种实践问题。
DD	设计与开发能力	4	ZMGTS999	毕业设计（论文）	10	使学生完成教学计划规定的基本理论、基本方法和基本技能的综合训练，实现知识向能力的转化。培养学生严谨的科学态度、实事求是和严肃认真的作风，提高学生调查研究、综合分析问题以及创新等方面能力。
CE	创新创业素养	5	ZMGTS020	创业模拟实训	1	使学生熟悉创业的基本流程，掌握创业的基本技能，提高驾驭市场和抵抗风险的能力，具备在短期内实现微小型企业的创业的能力，提高创业成功率。
合 计					14	

5.各环节学时学分分配

类别		学时分配				课内学时	总学时	实践学分	学分	实践学分占比
		理论	实验	上机	课外					
通识课		48		32		80	80	1	4	26.90%
专业课	专业基础课	320	48			368	368	1.5	21.5	
	专业核心课	336				336	336		21	
专业选修课		144				144	144		9	
集中实践教学环节							23 周	17	17	
综合素质学分									1	
社会责任教育学分									2	
合 计		848	48	32		928	928	19.5	75.5	
							23 周			

九、分学期安排专业指导性培养计划表

第一学年

学期	序号	课程编号	课程名称	总学时	学时分配				学分	考核方式	课程属性	是否主要课程	备注
					理论	实验	上机	课外					
夏	1	ZMGT5040	企业认知实习	1 周					1	考查	必修		
	2	ZMGT5050	专业认知实习	1 周					1	考查	必修		
	3	ZMGT5020	创业模拟实训	1 周					1	考查	必修		
	合 计			3 周					3				
秋	1	ZCSE1001	办公自动化	48	16		32		2	考查	必修		
	2	ZENG4010	商务英语	32	32				2	考试	必修		
	3	ZMGT2002	企业管理	48	48				3	考试	必修	是	
	4	ZMGT2003	管理经济学	48	48				3	考试	必修		
	5	ZMGT2018	应用统计学	48	32	16			2.5	考试	必修		
	6	ZMGT2017	会计学	48	32	16			2.5	考试	必修		
	7		专业选修课（1）	32	32				2	考查	选修		
	合 计			304	240	32	32		17	平均周学时：17			
春	1	ZMGT2008	市场营销学	48	48				3	考试	必修	是	
	2	ZMGT3514	市场调查与预测	48	48				3	考试	必修	是	
	3	ZMGT3302	战略管理	32	32				2	考试	必修		
	4	ZMGT2006	财务管理	48	48				3	考查	必修		
	5	ZMGT3512	商务谈判与推销	32	32				2	考试	必修	是	
	6	ZMGT3503	消费者行为学	48	48				3	考试	必修	是	
	7		专业选修课（2）	16	16				1	考查	选修		
	8		专业选修课（3）	32	32				2	考查	选修		
	合 计			304	304				19	平均周学时：19			
夏	1	ZMGT5002	会计学实训	1 周					1	考查	必修		
	2	ZMGT5005	统计分析软件实训	1 周					1	考查	必修		
	3	ZMGT5006	市场调查与预测实训	1 周					1	考查	必修		
	4	ZMGT5501	营销模拟实训	1 周					1	考查	必修	是	
	合 计			4 周					4				
总 计				608	544	32	32		43				
				7 周									

第二学年

学期	序号	课程编号	课程名称	总学时	学时分配				学分	考核方式	课程属性	是否主要课程	备注
					理论	实验	上机	课外					
秋	1	ZMGT3513	营销策划	32	32				2	考试	必修	是	
	2	ZMGT3510	服务营销	32	32				2	考试	必修		
	3	ZMGT2016	电子商务	48	32	16			2.5	考试	必修		

	4	ZMGT2019	经济法	32	32				2	考查	必修		
	5	ZMGT3501	网络营销	48	48				3	考试	必修	是	
	6	ZMGT3505	销售管理	32	32				2	考试	必修	是	
	7	ZMGT3511	物流管理	32	32				2	考查	必修		
	8		专业选修课（4）	32	32				2	考查	选修		
	9		专业选修课（5）	32	32				2	考查	选修		
	合 计			320	304	16			19.5	平均周学时：18			
春	1	ZMGT5999	毕业设计（论文）	16 周					10	考查	必修	是	
	合 计			16 周					10				
总 计				320	304	16			29.5				
				16 周									

专业负责人：张中英
 学院审核人：卢晓莉
 学院审批人：刘 冰