

二、市场营销专业培养方案

（一）专业概况

市场营销专业于 2002 年 5 月经云南省教育厅批准成立（云教计[2002]54 号文）并与当年开始正式招生。

本专业旨在适应社会主义建设和经济发展需要，培养具有分析市场和开拓市场的技术和能力，能在各类企事业单位和经济管理部门从事市场营销与市场管理等方面工作的复合型应用人才。

（二）专业培养方案

1、培养目标

本专业学生经过四年营销专业知识的系统学习后，应具备管理、经济、法律及市场营销方面的专业知识和能力，具备良好素质成为应用性复合型人才。

2、业务范围

学生毕业后可以进入各类企业、公司、国家事业单位、公务员机关担任和营销、贸易、管理方面的相关工作，或进入银行等金融机关业务部门任职；本专业学生也可以继续深造读研。

3、业务培养规格要求

本专业学生将主要学习市场营销学、管理学、经济学的基本理论和基本知识，学习自然科学和社会科学基础理论；会受到市场营销业务和市场营销管理的方法与技能的基本训练，从而具备分析和解决市场营销问题的基本能力。

本专业毕业生主要应获得以下几方面的知识和能力：

(1)掌握较扎实的自然科学和社会科学基础理论知识，具有较强的运用外语的能力，掌握计算机学科的基础知识并具有较强的应用能力；

(2)较系统地掌握本专业所必需的经济、管理、市场营销等基础理论知识，掌握本专业领域内的专业知识，了解本学科的理论前沿和发展动态；

(3)掌握必要的相关学科和相关专业的专业知识，如会计学、统计学等；

(4)熟悉我国与市场有关的方针、政策与法规，了解国际营销的惯例和规则；了解社会经济及国际贸易方面有关的法律法规、方针政策以及制度；

(5)掌握市场营销的定性、定量分析方法；具有较强的市场调查与研究、综合分析、营销策划、市场营销实务和管理等方面的基本技能；具有较强的分析、解决实际问题的能力，以及人际沟通、组织协调等方面的综合能力。

(6)掌握文献检索、资料查询的基本方法，具备从事科研的初步能力。

4、本专业毕业合格标准

本专业学生应达到学校对本科毕业生提出的德、智、体、美等各方面的要求，完成培养计划规定的全部课程的学习及实践环节训练。修满 170 学分，其中公共基础课 51 学分、学科基础必修课 17 学分、学科基础选修课 15 学分、专业必修课 22 学分、专业选修课 15 学分，集中性实践环节 30 学分，文化素质选修课 10 学分、课外教育 10 学分、毕业设计（论文）答辩合格，方可准予毕业。

5、主干学科和主要课程

主干学科：市场营销

主要课程：

涉及经济类课程有：宏观经济学、微观经济学、商务经济统计

涉及管理类课程有：管理学

涉及营销学科课程：市场营销、客户关系管理、营销策划、零售学
营销风险管理、营销策划

涉及市场延伸课程：经济法、电子商务

6、双语课程

管理沟通、国际商法、国际贸易与金融

7、双师课程

市场营销专业诸多任课教师具有丰富工作经验，多门课程为双师型师资教学。

包括：管理学、宏观经济学、微观经济学、市场营销学、会计学原理、市场营销、客户关系管理、营销策划、营销风险管理、商务经济统计、

经济法、电子商务

8、主要实践性教学环节

市场营销认识实习、ERP 供应链实习、市场调研实习、SPSS 软件实习企业经营模拟、毕业实习、毕业设计。

9、修业年限

基本学制为四年，实行弹性学制，学生可在 3~6 年内完成学业。

10、学位授予

授予管理学学士学位

11、作为第二专业辅修的核心课程（合计：41 学分）

序号	课程名称	学分	开课学期	序号	课程名称	学分	开课学期
1	市场营销学	3	4	9	客户关系管理	3	5
2	营销风险管理	2	6	10	品牌管理	3	7
3	市场调查与预测	3	5	11	消费者心理学	3	4

4	东南亚经济概论	3	3	12	电子商务基础与应用	3	4
5	商务谈判	3	6	13	营销策划	3	5
6	营销战略管理	3	6	14	广告学与策划	2	7
7	供应链管理	2	6	15	零售学	3	6
8	管理沟通	2	7				

(插入 Excel 表)