

市场营销专业教学培养方案

一、专业特色

华东理工大学市场营销专业自 1998 年设立以来,根据国家和地方宏观经济形势的发展以及各类组织对企业营销管理人才需求的变化,不断在人才培养模式、课程体系设置、师资队伍和教学科研等方面持续建设和创新。目前,本专业已拥有市场营销专业本科与工商管理市场营销专业学术型硕士,职业经理工商管理硕士(MBA)和高级工商管理硕士(EMBA)(注:市场营销为 MBA 和 EMBA 培养的主要方向)的培养体系。其中,市场营销专业本科已于 2021 年入选国家级一流本科专业建设点。本专业依托工商管理一级硕士点(其中包括针对外国留学生的全英文硕士项目)以及工商管理一级学科博士点,作为重要专业方向参与人才培养。

本专业的主要特色是“厚基础,融合型、强创新,国际化”。在课程设置中主要从专业基础理论、方法论训练、专业应用、学科融合拓展、人文通识课程等多个维度展开,其中核心知识专业基础理论包括宏微观经济学、管理学、营销管理、消费者行为学、品牌管理、组织间营销等以帮助学生构建系统的营销学科理论体系;方法论训练包括市场研究、数据科学与商业价值等,培养学生具有运用科学方法论认知商业世界的思维能力;专业应用包括服务营销、网络营销、全球营销、渠道管理与定价策略等,旨在深化学生对营销在各领域的理论及应用的认知;实践创新包括营销实战模拟、营销策划:项目咨询与行动学习、创业营销、营销前沿知行合一课堂、营销知行合一实验室等,旨在商业实践的过程中,提升学生自我学习能力,真正实现知行合一;学科融合拓展包括:科技发展与营销创新、设计思维与新产品开发等,皆在通过跨学科融合的学习,拓展和完善学生的知识结构,促进其综合能力及创新能力的提高。

为了让学生真正实现知行合一,在具有扎实的基础知识之上发展较好的自我学习能力,成为对市场具有敏锐洞察力的未来商业领袖,本专业在总结多年教学经验,并借鉴国内外商学院教学发展趋势,形成了以学生为中心,经典理论加前沿发展、学校课堂加企业现场教学、学院派老师加企业高管联合授课的教学特色。课程教学中整合线上线下教育资源,引入项目研讨、行动学习、企业现场沉浸式学习等多种方式,以充分发挥学生的主观能动性,提升教学效率。同时,依托于学院的国际化资源,本专业学生在读期间可以申请多个国际交流项目,开展项目的国家包括美国、法国、德国、意大利等。

市场营销专业的毕业生主要在上海和国内外的行业领先企业工作,部分学生在国内外继续攻读研究生。

二、培养目标

市场营销专业致力于培养适应现代市场经济要求,践行社会主义核心价值观,富有创新意识、团队精神和国际视野,系统掌握现代市场营销理论与方法,熟练运用前沿营销实践与数据分析工具,深度洞察现代市场营销变革方向,具有数据科学观、商业洞察能力以及创新实践能力的复合型营销管理人才。本专业的毕业生能够在科技变革时代背景下,从事制造业、服务业、互联网高新企业、非盈利机构、政府部门及其他各类社会组织中的市场研究、策划、传播、管理等专业工作,适应并

助力企业数字化、智能化营销转型。

三、毕业要求及其指标点说明

毕业要求	毕业要求指标点分解与说明
1. 具有人文底蕴、科学精神、职业素养和社会责任感，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。	1.1 具有关注人的生命、价值和意义的人本主义精神，追求社会和谐与可持续发展；
	1.2 具有较强的社会责任感，能够在营销管理实践中自觉遵守职业道德和规范、履行责任；
	1.3 热爱祖国，遵纪守法，具备商业伦理道德意识以及判断能力，践行社会主义核心价值观；
2. 具有扎实的基础知识和专业知识，掌握必备的研究方法，了解本专业及相关领域最新动态和发展趋势。	2.1 具备扎实的市场营销专业基础知识，对企业经营的内外环境具有分析和判断能力；
	2.2 掌握组织市场营销的分析工具和方法，具有一定的科学研究和规划、组织、执行工作的能力；
	2.3 熟悉市场营销专业的理论前沿和发展动态；具有利用营销专业的知识和方法解决实际问题的实践应用能力和科学研究能力；
3. 具有批判性思维和创新能 力。能够发现、辨析、质疑、 评价本专业及相关领域现象 和问题，表达个人见解。	3.1 具有利用批判性思维方法分析研究问题的能力，从辩证的角度发现并思考问题；
	3.2 具有利用创造性思维方法开展科学研究和就业、创业实践所需要的创新能力；
	3.3 具备较强的逻辑思维表达能力，能够以研究报告、论文等形式，描述、分析和阐释管理问题；
4. 具有解决复杂问题的能力。 能够对本专业领域复杂问题 进行综合分析和研究，并提出 相应对策或解决方案。	4.1 具备发现市场营销领域问题的敏锐性、洞察力和判断力，掌握相关定性、定量分析方法，能够灵活运用管理学理论和方法，分析、解决实际问题；
	4.2 掌握管理科学、经济科学、营销管理相关的基本技能性专业性知识，并能够通过综合运用各学科知识对问题进行系统细分和研究，提出建设性解决对策；
5. 具有信息技术应用能力。能 够恰当应用现代信息技术手 段和工具解决实际问题。	5.1 掌握计算机硬件和软件的基本知识，熟练应用信息技术、数据库、文献检索等工具，以解决实际问题；
	5.2 具有数据科学思维，熟练运用经典统计分析软件，对不同类型的商业数据进行系统性剖析和总结提炼，提出具有建设性和前瞻性的商业决策；

毕业要求	毕业要求指标点分解与说明
6. 具有较强的沟通表达能力。能够通过口头和书面表达方式与同行、社会公众进行有效沟通。	6.1 具有较强的双语写作能力，能把创意想法和个人观点见解系统呈现于书面；
	6.2 具有良好的口语表达能力和沟通协调能力，能把个人思路想法清晰阐述于他人；
7. 具有良好的团队合作能力。能够与团队成员和谐相处，协作共事，并作为成员或领导者在团队活动中发挥积极作用。	7.1 具备团队意识和合作意识，能够妥善处理与个人和团队的关系；成员之间有效沟通，提高工作效率；
	7.2 具备集体意识和奉献意识，以大局为重，充分发挥个人在团队中的价值，提高整体工作效率；
8. 具有国际视野和国际理解能力。了解国际动态，关注全球性问题，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性。	8.1 掌握一门外语，能够熟练阅读和理解外文文献，具有较好的国际视野和跨文化交流能力；
	8.2 关注国际动态，有意识的培养对全球问题的敏锐感知能力，以国际视角分析看待问题；
	8.3 包容文化差异，尊重文化多样性；
9. 具有终身学习意识和自我管理、自主学习能力，能够通过不断学习，适应社会和个人可持续发展。	9.1 掌握有效学习方法，能够应用现代科技手段进行终身自我学习，并获得自我学习能力；
	9.2 具备较高的审美情趣、人文素养，适应社会发展；具备健康的体魄和心理素质，实现个人的可持续发展；

四、依托学科

工商管理

五、核心课程

管理学原理、营销管理、市场研究、消费者行为、品牌管理、组织间营销、数据科学与商业价值、营销实战模拟、营销策划：项目咨询与行动学习

六、学制与学位

学制四年，管理学学士学位。

七、学分要求

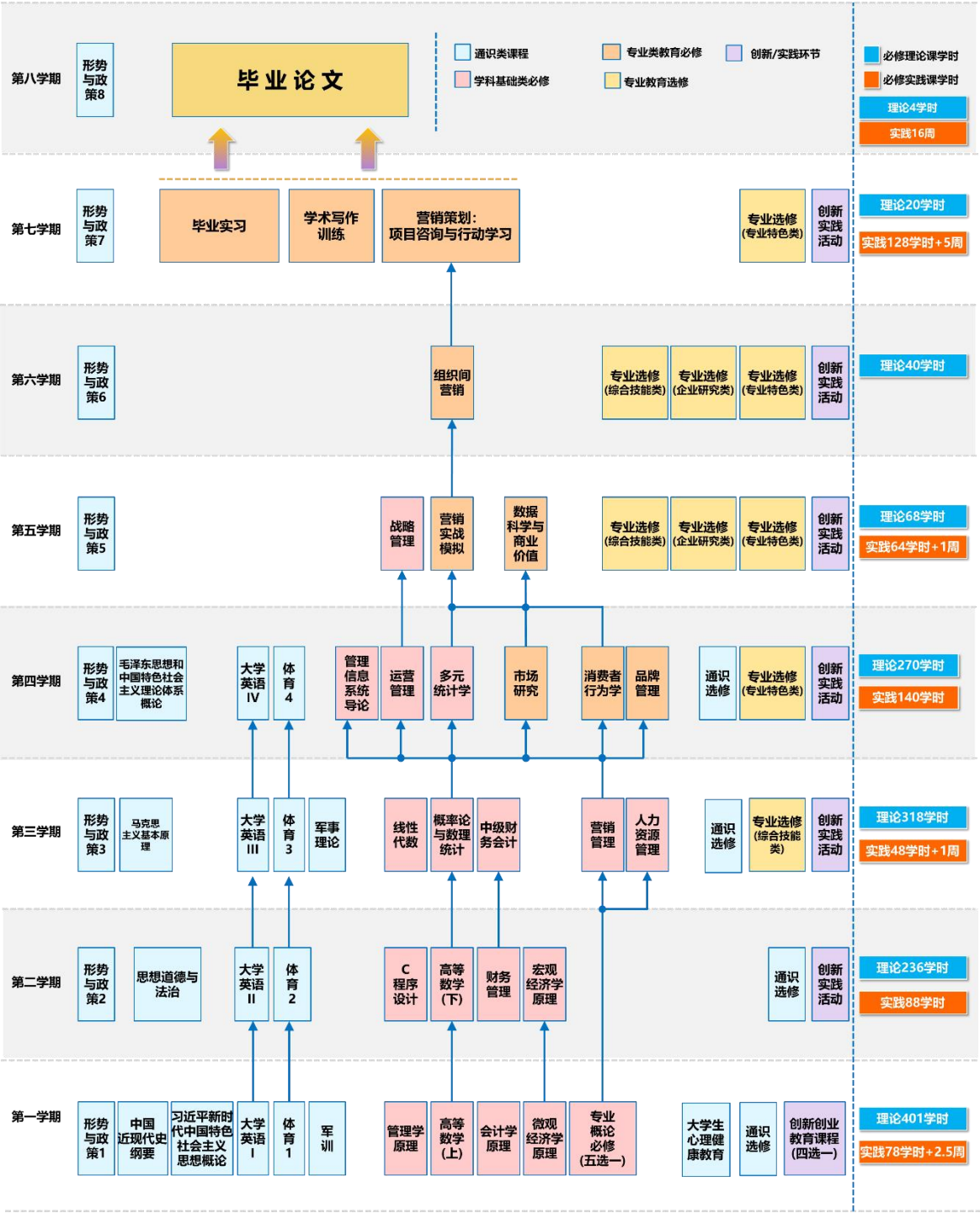
本专业学生在学期间最低要求完成专业培养方案规定的 150 学分。其中，通识类课程最低 41 学分，学科基础类课程 49 学分，专业类课程最低 58 学分，创新创业类课程最低 2 学分。

学生修满学分并达到《大学生体质健康标准》、通过华东理工大学《大学英语》学位考试和《大学计算机基础》水平考试，方可毕业。符合学位授予要求者，授予管理学学士学位。

八、课程体系

课程模块	课程类别		课程性质	课程门数	建议学分	开设学期
通识教育课程 (最低 41 学分)	通识必修	思政类	必修	6	17	1~8
		军事类	必修	2	2	1~3
		体育类	必修	4	4	1~4
		英语类	必修	4	6	1~4
	通识选修		选修	自选	最低 6 学分	1~8
	通识专项		必修/选修	自选	最低 6 学分	1~8
学科基础 教育课程 (最低 49 学分)	数学基础类		必修	4	15	1~3
	信息科学基础类		必修	1	2.5	2
	经济管理基础类		必修	17	31.5	1~5
专业教育课程 (最低 58 学分)	专业必修	管理理论类	必修	5	12	4~6
		实验模拟类	必修	2	4	4~6
	专业选修	专业特色类	选修	12	10	4~7
		企业研究类	选修	5	8	3~6
		综合技能类	选修	5	6	3~6
	专业实践		必修	7	18	3~8
创新创业 教育课程 (最低 2 学分)	创新创业类课程		必修/选修	自选	最低 1 学分	1~6
	创新创业实践环节		必修/选修	自选	最低 1 学分	1~8

九、课程导图



十、课程设置

[illegible]

课程模块	课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	课程性质	考核方式	总学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
学科基础 教育课程 (49 学分)	数学类 (15 学分)	18592020	高等数学(上)	Advanced Calculus I	必修	考试	5	80+24	80	24	1
		18587016	高等数学(下)	Advanced Calculus II	必修	考试	4	64+24	64	24	2
		18582012	线性代数	Linear Algebra	必修	考试	3	48	48	0	3
		18575012	概率论与数理统计	Probability and Statistics	必修	考试	3	48	48	0	3
	经济管理 基础类 (31.5 学分)	11367012	*管理学原理	Principles of Management	必修	考试	3	48	48	0	1
		11553012	*会计学原理	Principle of Accounting	必修	考试	3	51	45	6	1
		11785012	微观经济学原理	Micro-Economics	必修	考试	3	48	48	0	1
		11718008	宏观经济学原理	Macroeconomics	必修	考试	2	32	32	0	2
		11570012	*中级财务会计	Intermediate Financial Accounting	必修	考试	3	48	48	0	3
		11524008	*财务管理	Financial Management	必修	考试	2	32	32	0	2
		11408012	*营销管理	Marketing Management	必修	考试	3	48	48	0	3
		11452008	管理信息系统导论	Management Information Systems	必修	考试	2	32	32	0	4
		14986008	*人力资源管理	Human Resource Management	必修	考试	2	32	32	0	3
		11585012	多元统计学	Multivariate Statistics	必修	考试	3	54	42	12	4
		11512012	运营管理	Operation Production Management	必修	考试	3	48	48	0	4
		11415008	*战略管理	Strategic Management	必修	考试	2	32	32	0	5
		11358002	工商管理专业概论	Introduction to Majors	必修	考查	0.5	8	8	0	1
		11398002	市场营销专业概论	Introduction to Marketing	必修	考查	0.5	8	8	0	1
		11385002	人力资源管理专业概论	Introduction to Human Resource	必修	考查	0.5	8	8	0	1
		11555002	会计学专业概论	Introduction to Accounting	必修	考查	0.5	8	8	0	1
		11525002	财务管理专业概论	Introduction to Financial Management	必修	考查	0.5	8	8	0	1
	信息科学技术类 (2.5 学分)	12832010	C 程序设计	C Programming	必修	考试	2.5	48	32	16	2

课程模块		课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	课程性质	考核方式	总学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
专业教育课程 (58学分)	专业必修 (14学分)	管理理论类	18527008	*市场研究(双语)	Marketing Research	必修	考试	2	32	32	0	4
			18475008	*消费者行为(双语)	Consumer Behaviour	必修	考试	2	32	32	0	4
			46948008	*品牌管理(双语)	Brand Management	必修	考试	2	32	32	0	4
			11425008	*组织间营销	B2B Business	必修	考试	2	32	32	0	6
			37204008	*数据科学与商业价值	Data Science and Business Value	必修	考试	2	32	32	0	5
		模拟及实践类	37202008	*营销实战模拟	Marketing Simulation	必修	考查	2	48	16	32	5
			37199009	*营销策划：项目咨询与行动学习	Marketing Planning: Project Consultation and Action Learning	必修	考查	2	48	16	32	7
	专业选修 (26学分)	专业特色类	11357008	服务营销	Service Marketing	选修	考查	2	32	32	0	5
			46950004	整合营销沟通	Integrated Marketing Communications	选修	考查	1	16	16	0	5
			37193008	渠道管理与定价策略(双语)	Channel Management and Pricing Strategy	选修	考试	2	32	32	0	6
			11400008	网络营销	Internet Marketing	选修	考试	2	32	32	0	5
			37201004	科技发展与营销创新	Technology Development and Marketing Innovation	选修	考查	1	16	16	0	6
			37192012	营销前沿知行合一课堂	The New Frontier of Marketing: Knowledge and Practice	选修	考查	3	48	48	0	7
			37182004	设计思维与新产品开发	Design Thinking and New Product Development	选修	考查	1	16	16	0	6
			47084004	全球营销：国际化视野(双语)	Global Marketing	选修	考查	1	16	16	0	5
			37195004	数字化销售管理(双语)	Digital Sales Marketing	选修	考查	1	16	16	0	6
			37203004	创业营销	Entrepreneurial Marketing	选修	考查	1	16	16	0	6
			48289008	营销知行合一实验室(上)	Marketing Consulting Laboratory	选修	考查	2	56	8	48	4
			48288008	营销知行合一实验室(下)	Marketing Consulting Laboratory	选修	考查	2	56	8	48	6

课程模块	课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	课程性质	考核方式	总学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
专业教育课程 (58学分)	专业特色类	60686004	市场实验设计	Market Experiment Designing	选修	考查	1	24	8	16	6
	企业研究类	11380008	企业研究方法	Business Research Method	选修	考试	2	32	32	0	6
		11522008	财务报表分析	Financial Statement Analysis	选修	考查	2	32	32	0	6
		11439008	大数据商务应用	Big Data Business Application	选修	考查	2	32	32	0	5
		11511012	运筹学	Operational	选修	考查	3	48	48	0	4
		11516004	智能制造与商业模式创新	Intelligent Manufacturing and Business Model Innovation	选修	考查	1	16	16	0	5
	综合技能类	18279008	统计学原理(选修)	Principles of Statistics	选修	考试	2	35	29	6	3
		14310008	商务英语	Listening and Speaking for Business English	选修	考查	2	32	32	0	6
		11405008	心理学	Psychology	选修	考试	2	32	32	0	3
		14973008	管理伦理	Business Ethics	选修	考查	2	32	32	0	6
		12488008	文献检索	Information Retrieval	选修	考查	2	32	32	0	5
	专业实践 (18学分)	14969004	社会认识实践	Social Practice	必修	考查	1	1周	0	1周	大一暑假
		14402004	专业认识实践	Professional Practice	必修	考查	1	1周	0	1周	大二暑假
		14401004	专业岗位认识实践	Professional Occupation Practice	必修	考查	1	1周	0	1周	7
		11422004	专业综合实验与实践	Comprehensive Experiment	必修	考查	1	32	0	32	7
		11346016	毕业实习	Graduation Practice	必修	考查	4	4周	0	4周	7,8
		14405008	学术写作训练	Academic Writing	必修	考查	2	64	0	64	7
		37187033	毕业论文	Graduation Thesis	必修	考查	8	16周	0	16周	7,8

课程模块	课程类别	课程编号	课程名称	课程英文名称	课程性质	考核方式	总学分	总学时	理论学时	实践学时	开课学期
创新创业教育课程(2 学分)	创新创业类课程(最低 1 学分)	12738004	创业基础	Fundamentals of Entrepreneurship	必修	考试	1	16	16	0	1
		13931004	大学生创业基础(MOOC)	Fundamentals of Entrepreneurship for University Students	必修	考试	1	16	16	0	1
		18829004	创造性思维与创新方法(MOOC)	Creative Thinking and Innovation (MOOC)	必修	考试	1	16	16	0	1
		18830004	创新工程实践(MOOC)	Innovative Engineering Practicum (MOOC)	必修	考试	1	16	16	0	1
		创新创业类选修课程				学生自主选择，学分不限					
	创新创业实践环节(最低 1 学分 ^{△2})	大学生创新创业训练计划			按实际情况认定创新实践学分						1-8
		学科竞赛、双创竞赛									
		智能创新类实训项目									
		经教务处认定的创新实践活动									

注^{△1}:《大学英语》采取分层次教学模式, 新生入学即参加英语分级考试。毕业前通过大学英语学位考试或同等水平认定者, 方可毕业, 具体参照《大学英语》课程教学实施方案。注^{△2}: 应届本科毕业生申请免试攻读研究生必须修满 2 个创新创业实践学分。

学期	课程模块	课程名称	课程性质	学分	总学时	理论学时	实践学时
第一学期	通识教育课程	中国近现代史纲要	必修	3	56	40	16
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	必修	3	48	48	
		形势与政策	必修	0.25	4	4	
		体育(1)	必修	1	32	0	32
		大学英语 I	必修	2	32	32	
		军训	必修	1	2.5 周	0	2.5 周
		大学生心理健康教育	必修	2	32	32	
	学科基础教育课程	高等数学(上)	必修	5	80+24	80	24
		管理学原理	必修	3	48	48	
		会计学原理	必修	3	51	45	6
		微观经济学原理	必修	3	48	48	
		工商管理专业概论	必修 (5 选 1)	0.5	8	8	
		市场营销专业概论		0.5	8	8	
		人力资源管理专业概论		0.5	8	8	
		会计学专业概论		0.5	8	8	
	财务管理专业概论	0.5		8	8		
	创新创业教育课程 △ ³	创业基础	创新创业类课程(最低 1 学分)	1	16	16	
		大学生创业基础(MOOC)		1	16	16	
		创造性思维与创新方法(MOOC)		1	16	16	
		创新工程实践(MOOC)		1	16	16	
本学期合计必修 27.75 学分，建议修读 0-2 学分通识选修课程							
第二学期	通识教育课程	思想道德与法治	必修	3	56	40	16
		形式与政策	必修	0.25	4	4	
		体育(2)	必修	1	32	0	32
		大学英语 II	必修	2	32	32	
	学科基础教育课程	高等数学(下)	必修	4	64+24	64	24
		宏观经济学原理	必修	2	32	32	
		财务管理	必修	2	32	32	
		C 程序设计	必修	2.5	48	32	16
	本学期合计必修 16.75 学分，建议修读 2-4 学分通识选修课程						

学期	课程模块	课程名称	课程性质	学分	总学时	理论学时	实践学时
第三学期	通识教育课程	形式与政策	必修	0.25	4	4	
		体育(3)	必修	1	32	0	32
		大学英语Ⅲ	必修	2	32	32	
		军事理论	必修	1	18	18	
		马克思主义基本原理	必修	3	56	40	16
	学科基础教育课程	线性代数	必修	3	48	48	
		概率论与数理统计	必修	3	48	48	
		中级财务会计	必修	3	48	48	
		营销管理	必修	3	48	48	
		人力资源管理	必修	2	32	32	
		统计学原理(选修)	选修	2	35	29	6
		心理学	选修	2	32	32	
		社会认识实践	必修	1	1 周	0	1 周
本学期合计必修 22.25 学分，建议修读 1 学分通识选修课程，修读 4 学分专业选修课程							
第四学期	通识教育课程	形势与政策	必修	0.25	4	4	
		体育(4)	必修	1	32	0	32
		大学英语Ⅳ	必修	0	32	32	
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必修	3	56	40	16
	学科基础教育课程	管理信息系统导论	必修	2	32	32	
		多元统计学	必修	3	54	42	12
		运营管理	必修	3	48	48	
	专业教育课程	市场研究(双语)	必修	2	32	32	
		消费者行为学(双语)	必修	2	32	32	
		品牌管理(双语)	必修	2	32	32	
		营销知行合一实验室(上)	选修	2	56	8	48
		运筹学	选修	3	48	48	
	本学期合计必修 18.25 学分，建议修读 3 学分通识选修课程						

学期	课程模块	课程名称	课程性质	学分	总学时	理论学时	实践学时
第五学期	通识教育课程	形势与政策	必修	0.25	4	4	
	学科基础教育课程	战略管理	必修	2	32	32	
	专业教育课程	数据科学与商业价值	必修	2	32	32	
		营销实战模拟	必修	2	48	16	32
		服务营销	选修	2	32	32	
		网络营销	选修	2	32	32	
		智能制造与商业模式创新	选修	1	16	16	
		全球营销：国际化视野(双语)	选修	1	16	16	
		整合营销沟通	选修	1	16	16	
		大数据商务应用	选修	2	36	28	8
		文献检索	选修	2	32	32	
	专业认识实践	必修	1	1 周	0	1 周	
本学期合计必修 7.25 学分，建议修读 10 学分专业选修课程							
第六学期	通识教育课程	形势与政策	必修	0.25	4	4	
	专业教育课程	组织间营销	必修	2	32	32	
		设计思维与新产品开发	选修	1	16	16	
		创业营销	选修	1	16	16	
		企业研究方法	选修	2	32	32	
		科技发展与营销创新	选修	1	16	16	
		渠道管理与定价策略(双语)(语)	选修	2	32	32	
		数字化销售管理(双语)	选修	2	32	32	
		财务报表分析	选修	2	32	32	
		商务英语	选修	2	32	32	
		管理伦理	选修	2	32	32	
		营销知行合一实验室(下)	选修	2	56	8	48
		市场实验设计	选修	1	24	8	16
		本学期合计必修 2.25 学分，建议修读 10 学分专业选修课程					

学期	课程模块	课程名称	课程性质	学分	总学时	理论学时	实践学时
第七学期	通识教育课程	形势与政策	必修	0.25	4	4	
	专业教育课程	营销前沿知行合一课堂	选修	3	48	48	12
		专业综合实验与实践	必修	1	32	0	32
		专业岗位认知实践	必修	1	1 周		1 周
		学术写作训练	必修	2	64		64
		毕业实习	必修	4	4 周		4 周
	营销策划：项目咨询与行动学习	必修	2	32	16	32	
本学期合计必修 10.25 学分，建议修读 3 学分专业选修课程							
第八学期	通识教育课程	形式与政策	必修	0.25	4	4	
	专业教育课程	毕业论文	必修	8	16 周		16 周
	本学期合计必修 8.25 学分						

注[△]：《创新创业》教育课程学生可在不同学期选修，学生毕业前获取该学分，方可毕业。

十二、课程设置与毕业要求的关系矩阵

课程名称 \ 毕业要求	1. 品德素养	2. 学科知识	3. 创新能力	4. 应用能力	5. 信息应用	6. 沟通表达	7. 团队合作	8. 国际视野	9. 学习发展
思想道德与法治	H								
中国近现代史纲要	H								
马克思主义基本原理	H								M
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H							M	
形势与政策	H							L	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H							L	
军事理论	M							L	
军训	M						M		
体育(1)	M						L		
体育(2)	M						L		
体育(3)	M						L		
体育(4)	M						L		
大学英语 I	H					H		M	
大学英语 II	H					H		M	

课程 名称 \ 毕业 要求	1. 品德 素养	2. 学科 知识	3. 创新 能力	4. 应用 能力	5. 信息 应用	6. 沟通 表达	7. 团队 合作	8. 国际 视野	9. 学习 发展
大学英语III	H					H		M	
大学生心理健康教育							H		M
高等数学	L	M							
线性代数		M							
概率论与数理统计		M							
*管理学原理		H					M		
*会计学原理	L	H		M					
微观经济学原理		H		M					
宏观经济学原理		H		M					
*中级财务会计	L	H		M					L
*财务管理		H		M					
*营销管理		H							M
管理信息系统导论		H							
*人力资源管理		H		M		M			
多元统计学		H		M					
运营管理		H			M				
*战略管理		H		M					
工商管理专业概论		H							M
市场营销专业概论		H							M
人力资源管理专业概论		H				M			
会计学专业概论	L		H						M
财务管理专业概论	L		H						M
C 程序设计					H				M
*市场研究		H	M	M					
*数据科学与商业价值		H			M				
*消费者行为学		H	M						
*品牌管理		H	M						
*组织间营销	M	H							
*营销实战模拟	M			H					
*营销策划：项目咨询与行动学习			H	M					
服务营销				H			M		
网络营销			H		M				
设计思维与新产品开发			H			M			
营销前沿知行合一课堂		H					M		
科技发展与营销创新			H					M	
创业营销			M	H					

课程名称 \ 毕业要求	1. 品德素养	2. 学科知识	3. 创新能力	4. 应用能力	5. 信息应用	6. 沟通表达	7. 团队合作	8. 国际视野	9. 学习发展
整合营销沟通			H			M			
渠道管理与定价策略(双语)		H							
全球营销：国际化视野(双语)		H						M	
数字化销售管理(双语)		H			M				
营销知行合一实验室(上)	M	H							M
营销知行合一实验室(下)	M	H							M
市场实验设计		H			M				
社会认识实践	H						M		M
专业认识实践		H				M		L	
专业岗位认识实践			M	H		L			
专业综合实验与实践				M			L		H
学术写作训练		L	M			H			
创业基础						M	H		
大学生创业基础(MOOC)						M	H		
创造性思维与创新方法(MOOC)			H	M					
创新工程实践(MOOC)			M	H					
毕业实习		M					H		L
毕业论文		M	H	H		M			L

注：1、H-高度相关；M-中等相关；L-弱相关；

2、课程名称前加“*”者为该核心课程。

系主任： 郝斌 教学副院长： 宋渊洋 院长： 马铁驹