附件一

2025级培养方案模板

市场营销（数智营销）专业

学分制本科人才培养方案

（120202）

一、专业介绍

市场营销专业成立于1989年，是工商管理学院的老牌学科，具有丰富的办学经验以及雄厚的师资力量。2020年获批国家级一流本科专业建设点，同时也是北京市特色专业。市场营销专业拥有一支高水平的师资团队，其中教授、副教授占比超70%，多数教师拥有海外名校博士学位或访学经历，教研成果多次获省部级奖项，于2022年获评北京高校优秀本科育人团队，其中有3人为北京市教学名师与青年教学名师。毕业去向方面，保研、考研以及出国深造的本科毕业生比率持续保持在50%以上。专业培养特色主要有以下几个方面：

首先，构建“实训-实践-实战”平台。开设商务谈判、管理决策模拟、商业数据分析等实践课程，有力支撑学生参加顶级学科竞赛。在专业教师的指导下，学生们近三年斩获了全国甚至全球学科竞赛的奖项累计达三十余项。

其次，本科毕业设计的改革创新，为突出市场营销专业的实践特色，将传统的本科论文改为营销类报告，让学生们根据实习实践经历撰写营销策划书、商业计划书、商业数据分析报告以及市场调研报告等，切实推动理论用于实践，深受学生好评。

第三，数智化转型。通过全新的课程体系，强化对学生的大数据分析与处理能力以及数智化创新思维与能力的培养，使之能够胜任大数据营销相关的工作。

第四，国际化素养提升。依托学校平台资源，通过与英国、爱尔兰、加拿大、美国、日本等国家高校的合作，提供合作办学、短期交流、修学旅行、国际化实习等丰富多彩的国际交流活动。

二、培养目标

本专业以立德树人为根本，秉承“厚德精业，守正出新”的价值观，肩负“植根管理实践，探索商学前沿，培养卓越商才，服务社会发展”的使命，坚持“三全育人”，推进思政育人与专业育人同向同行，致力于培养具有社会主义核心价值观，掌握现代管理理论与管理方法、具备数智营销思维和专业知识素养、具有应用数字工具解决现代企业营销管理难题并进行数字创新实践的能力，能够适应数字经济发展和满足首都需要的应用型、复合型和创新型营销管理人才。

**目标1：培养融合经典营销理论与数智化工具的专业人才。**学生需精通市场营销经典理论（4P、STP、消费者行为学），同时理解大数据、AI等技术在市场洞察、精准投放中的应用逻辑，实现传统理论与数智化工具的有效结合。

**目标2：塑造数据驱动的全链路营销策略设计与执行能力。**学生能够通过数据挖掘用户需求，设计个性化营销策略（如DTC用户生命周期管理），并运用A/B测试、ROI分析优化全渠道（社交电商、私域流量）运营效果。

**目标3：培育适应智能技术变革的创新应用能力。**学生需掌握生成式AI、自动化营销工具（如ChatGPT）在内容创作、客户管理、虚拟体验等场景中进行营销模式创新（如AI生成广告脚本、AR品牌互动），推动营销流程智能化升级。

**目标4：强化全球化市场洞察与跨文化营销能力。**学生需理解新兴市场（如东南亚、中东）消费文化差异，掌握跨境电商、全球化品牌本地化策略，适应跨国团队协作与多元文化环境。

**目标5：坚守商业伦理与社会责任，践行可持续发展理念。**学生需遵守数据隐私法规，规避算法歧视、“大数据杀熟”等伦理风险，在营销活动中平衡商业价值与社会效益。

三、毕业要求

**1．知识要求**

掌握必要的学科基础理论知识，如管理学、经济学原理、计算机科学（如AI大数据、Python）等，为构建跨学科、综合化、多元化知识体系打下基础。

**1.1 数智化营销知识体系：**掌握经典营销理论及数字化营销范式（用户画像、精准投放等）。理解大数据分析（聚类/预测模型）、AI技术（自然语言处理、计算机视觉）的营销应用逻辑。

**1.2 全球化市场与跨文化知识：**熟悉国际市场规则（如跨境电商合规）、区域消费文化特征。了解全球化品牌管理理论及跨文化沟通方法。

**1.3 数据法规与创新趋势相关知识：**熟知数据隐私法规及广告伦理规范。跟踪Web3.0营销、隐私计算（联邦学习）等前沿技术趋势。

**2．能力要求**

具备过硬的自主学习能力、沟通表达与团队协作能力以及数智化营销执行能力。

**2.1 自主学习能力：**能够快速掌握新技术工具（如ChatGPT）及前沿理论（如元宇宙营销、Web3.0用户互动），通过文献检索、在线课程等途径持续更新知识库。；

**2.2 沟通表达与团队协作能力：**能够向非技术人员（如管理层）清晰阐释数据分析结果，通过可视化报告、PPT演讲等形式传递商业洞察，协调跨部门协作；

**2.3 数智化营销执行能力：**使用Python等分析用户行为数据，设计动态定价、个性化推荐策略，提升运营效率。

**3．素质要求**

具备过硬的政治、道德、职业、身心素质，更好地适应社会环境，成为全面发展的人才。

**3.1 政治素质过硬：**坚定社会主义核心价值观，理解国家大数据战略与网络安全政策，在营销活动中维护国家利益与意识形态安全；

**3.2 道德品质良好：**坚守数据伦理底线，拒绝“大数据杀熟”“算法歧视”等行为，保护用户隐私，倡导科技向善；

**3.3 富有职业精神：**具备责任感、抗压能力与团队协作意识，能够高效执行复杂项目，主动解决技术难题；

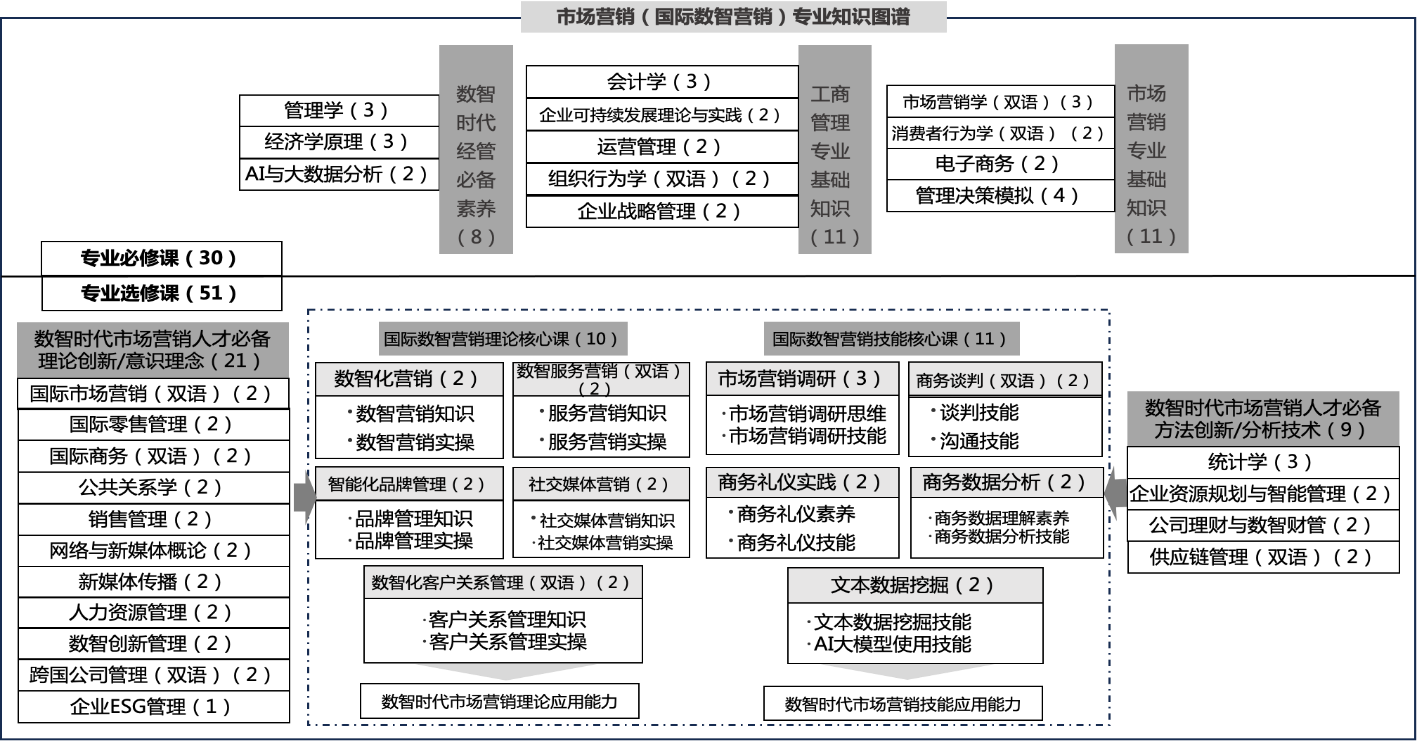
**3.4 体魄心理健康：**具备健康的身体素质和良好的心理状态，能够适应高强度工作，保持积极乐观的心态，通过学生体质健康测试是毕业条件之一；

四、主干学科、核心课程及专业知识图谱

主干学科：管理学、经济学、心理学、统计学

核心课程：管理学、市场营销学、经济学原理、消费者行为学（双语）、品牌管理、国际市场营销（英语）、数智服务营销、数智客户关系管理、商务谈判、管理决策模拟、商务数据分析、会计学、运营管理、电子商务、组织行为学（双语）、企业战略管理等。

专业知识图谱：

****

五、学制、学位及毕业条件

学制：本专业基本学制为四年，实行弹性修业年限制度，学生在校修业年限可以提前至三年或延长至六年，修满规定的学分准予毕业。

学位：符合学士学位授予条件者，授予管理学学士学位。

毕业条件：学生在规定的学习年限内，完成培养方案要求的最低总学分140学分。其中：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **教学环节** | **课程类别** | **门数** | **学分** |
| 通识教育 | 通识教育必修课 | 23 | 48 |
| 通识教育选修课 | 5 | 10 |
| 专业教育 | 专业必修课 | 12 | 30 |
| 专业选修课 | ≥10 | 25 |
| 实践教育（不含课堂实验学分） | | 18 | 27 |
| 体质健康测试 | | 通过 | |
| **总计** | |  | 140 |

六、学分一览表

**总学分一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **总学分** | **教学方式** | | | | **理论与实践教学比例（%）** | |
| 140 | 课堂教学环节 | 113 | 理论教学 | 106 | 理论教学 | 76 |
| 实验教学 | 7 | 实践教学 | 24 |
| 课外教学环节 | 27 | 实习、军训等 | 27 |

1. **课堂教学学分分配表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **教学环节** | **课程类别** | **门数** | **学分** |
| 通识教育 | 通识教育必修课 | 23 | 48 |
| 通识教育选修课 | 5 | 10 |
| 专业教育 | 专业必修课 | 12 | 30 |
| 专业选修课 | ≥10 | 25 |
| **合计** |  | **50** | **113** |

1. **实践教学环节一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **类别** | **实践环节** | **学期安排** | **学分** |
| 实习类 | 军事技能 | 1 | 2 |
| 认知实习 | 4 | 2 |
| 专业实习 | 6 | 2 |
| 毕业实习 | 8 | 4 |
| 毕业设计（论文） | 8 | 4 |
| 素质提升类 | 人工智能导论 | 1 | 0.5 |
| 创新学分 |  | 2 |
| 第二课堂 |  | 2 |
| 劳动类实践课程 |  | 2 |
| 思想政治类 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论社会实践 | 2 | 1 |
| 思想道德与法治社会实践 | 1 | 1 |
| 毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论社会实践 | 2 | 1 |
| 中国近现代史纲要社会实践 | 4 | 1 |
| 马克思主义基本原理社会实践 | 3 | 1 |
| 形势与政策（一） | 1 | 0.25 |
| 形势与政策（二） | 2 | 0.25 |
| 形势与政策（五） | 5 | 0.25 |
| 形势与政策（六） | 6 | 0.25 |
| 大学生心理健康实践课 | 2 | 1 |
| 专业实验类 | 管理决策模拟 | 6 | 2 |
| 商务谈判（双语） | 4 | 1 |
| 商务礼仪实践 | 6 | 1 |
| 企业资源规划(ERP)与智能管理 | 7 | 1 |
| 供应链管理（双语） | 7 | 1 |
| 数智创新管理 | 7 | 1 |
| **合计** | |  | **34** |