**市场营销专业辅修学位培养方案**

一、专业介绍

市场营销是建立在经济科学、管理科学和现代信息技术等基础之上的一门交叉学科。它以满足顾客需求为出发点，探索企业商业智慧、经营之道、营销战略、商业模式创新与营销技能技巧。江苏师范大学市场营销的办学历史可以追溯到1992年开始招生的以营销策划为特色的广告学专业，1999年市场营销专业开始招收本科生，2019年通过江苏省专业综合评估。目前，在工商管理和管理科学与工程2个一级学科硕士点设有市场营销研究方向。

我校市场营销专业紧密结合“大众创业、万众创新”的时代背景，以及互联网、大数据和人工智能等环境下营销新实践、新理念和新思维的变革，适应社会需求变化，不断优化培养模式、培养方法和教学资源，在办学实践中坚持“厚基础、重应用、优素质、强特色”的办学理念，经过多年建设，在市场营销策划、创新创业和网络营销等方向上已形成较为显著的专业特色。本专业在教学中，注重理论学习和实践创新教育，在全国大学生“创青春”、“挑战杯”、“互联网+”、电子商务“创新、创意及创业”挑战赛、大学生市场调查与分析大赛等国内主要创新创业比赛中多次获国家级和省级奖励。市场营销专业拥有一支由教授、博士和有海外访学经历及丰富企业实践工作经验的优秀教师团队组成的师资队伍。近年来承担多项国家自然基金、国家社科基金、教育部人文社科奖金等高级别科研课题和企业营销管理咨询项目。

主干学科：工商管理。

核心知识领域：管理学模块、经济学模块、营销管理模块等三大知识模块。

核心课程：市场营销学、消费者行为学、市场营销调研、经济法、广告学、电子商务、现代推销学、市场营销策划、公共关系、网络营销、大数据营销等。

主要实践环节：岗位见习与社会实践、科研训练、营销调研实习、营销策划实习、专业实习、毕业论文等。

主要的专业实验：企业运营模拟、电子商务、网络营销、创业计划等。

二、培养目标及要求

本专业培养适应现代市场经济需要，具有人文精神、科学素养和诚信品质，掌握管理学、经济学、市场营销学的基本理论方法和市场营销专业技能，具备创新创业思维和综合运用相关知识发现、分析和解决营销实际问题的能力，能够在营利性和非营利性机构从事市场调研、营销策划、广告策划、营销推广、销售管理等营销管理工作或进行自主创业的复合型专业人才。毕业生也可在本专业或其他相关专业继续深造，攻读硕士、博士学位。

（1）专业能力——掌握和运用营销管理理论和方法，具有战略营销管理、品牌管理、产品和价格管理、渠道管理、促销管理能力、客户关系管理的能力；运用市场营销调研理论与方法进行市场研究并撰写营销调研报告的能力；具有商务谈判和推销能力和技巧；具有市场营销策划和其他商务策划能力，熟悉策划书的撰写方法和技巧。

（2）团队协作——有团队合作意识, 团队组织能力和团队营销能力，具有团队领导能力以及决策和统筹规划能力，具备较强的创新创业能力。

（3）终身学习——具有主动的、不断探索的、自我更新的、学以致用的不断优化和完善知识的良好习惯，能适应社会发展和环境变化，根据个体和职业发展需要，持续学习新思想、新观念、新理论、新方法。

（4）职业道德——能够在市场营销活动中自觉践行社会主义核心价值观，在产品开发、营销战略、品牌塑造和分销促销等活动中融入优良的文化和价值观，坚持公平交易、诚信经营，遵守市场经济秩序，公平竞争，反对低俗营销、虚假营销，坚持营销人员应有的职业操守，注重关心与保护消费者利益，承担相应的社会责任，培养良好的职业素养。

三、学制及学分

学制：标准学制为3年，弹性学制年限2-4年

学分要求：在规定学习年限内，本专业学生修完教学计划规定的课程，修满53学分。课程与实践教学环节学分分配：专业基础课5门课13学分，专业必修课6门课14学分，专业选修课5门10学分，专业实习8学分，毕业论文8学分。

四、毕业与学位

毕业：在规定学习年限内，修完教学计划规定的课程，修满53学分，毕业设计（论文）合格后方能毕业。

学位：完成培养方案要求、符合学位授予条件的可授予管理学学士学位。