

厦门大学嘉庚学院市场营销专业人才培养方案（120202）

（2026年）

一、培养目标

本专业旨在培养担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有AI驱动创新精神、AI场景实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型高素质人才。作为国际商务学院特色专业的建设点，本专业始终秉承胸怀全球，立足本土的开放教育理念，着力培养学生先进实用的市场分析方法和解决商业问题的技能。使学生今后能在全球导向型组织中胜任市场研究、营销策划、商业分析、营销咨询、品牌管理和互联网营销等营销管理任务，亦能进一步攻读本专业或相关专业的硕士学位。

二、培养规格

1 素质要求

- 1.1 人文素质：具有良好的人文和艺术素养；
- 1.2 新文科社会素质：树立良好的世界观、人生观和价值观，敬业爱岗、热爱劳动、遵纪守法，具有社会责任感和法律意识；
- 1.3 科学素质：掌握基本的科学方法，树立科学思想，崇尚科学精神，并具有一定的应用科学处理实际问题、参与公共事务的能力；
- 1.4 职业素质：注重职业道德修养，具有AI驱动的创新意识、AI赋能的创业意识、诚信意识和团队合作精神；关心国家大事，培养国际视野，具备借助AI开展国际合作交流的能力和素养。
- 1.5 身心素质：身体健康，心理健全，具有较强的环境适应能力和良好的人际沟通能力；
- 1.6 批判性思维精神：能够基于所学知识开展评价、改善性思考与实践，具备辩证的发展观。

2 能力要求

- 2.1 具有良好的计算机运用能力；
- 2.2 具有良好的获取知识与自主学习能力；
- 2.3 具有良好的沟通交流与表达能力；
- 2.4 具有较强的新文科创新创业能力，了解本专业和本学科的发展动态，掌握基本的专业资料分析和综合实践能力，较强的创新意识和创新创业能力；
- 2.5 具有良好的团队协作与领导能力；
- 2.6 具有良好的运用AI开展营销策划、销售及商务拓展，进行市场调研及数据分析的能力。能够凭借AI赋能的分析、AI助力的研判，进一步优化策略的制定与执行成效。

3 知识要求

- 3.1 具有市场营销的思维，掌握市场营销专业的系统理论和主要方法，掌握新媒体运营、市场调研和市场策划的统计学应用工具和方法，具备分析和解决营销问题的能力；
- 3.2 了解和掌握有关新文科人文艺术、社会科学或自然科学等相关通识知识和技能；
- 3.3 了解AI工具知识，能够分析和理解一般经济现象，借助AI模型深度洞察经济发展趋势；
- 3.4 理解企业组织的基本体系，掌握企业管理的主要方法；
- 3.5 具有较丰富的专业英语词汇、写作知识，能拓展营销方面的专业外文文献，撰写简要的英文管理类论文。

三、专业核心课程

1. 营销学原理(A)、2. 消费者行为学(A)、3. 企业战略管理(B)、4. 国际市场营销、5. 营销调研、6. 大数据分析营销、7. 商业数据挖掘与分析、8. 数字新媒体营销、9. 创新创业实践与案例分析、10. 科技创业、11. 品牌营销、12. 国际管理、13. 营销心理学、14. 体验营销、15. 整合营销沟通、16. 管理学原理(A)、17. 会计学原理、17. 财务管理(B)、18. 习近平经济思想概论

四、学制及学习年限：学制四年，学习年限三至六年。

五、毕业学分要求：不低于137学分。

六、授予学位：管理学学士。

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期（周学时）							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
通识教育模块	通识必修课	35	20	15	656+3周	344	312+3周	10	8	6	3	2	4		2
	“形势与政策”每学期开设至少8学时，在综合考核合格的基础上，统一至毕业前最后一学期给定2学分。														
	人工智能与计算机基础	2	1	1	32	16	16		1+1						
	通用英语 I	2	1	1	32	16	16	1+1							
	通用英语 II	2	1	1	32	16	16		1+1						
	专项英语	2	1	1	32	16	16			1+1					
	多元英语	2	1	1	32	16	16				1+1				
	军事训练	2		2	3周		3周	3周							
	体育 I	1		1	32		32	2							
	体育 II	1		1	32		32		2						
	体育 III	1		1	32		32			2					
	体育 IV	1		1	32		32				2				
	军事理论	2	2		32	32		2							
	思想道德与法治	3	2	1	48	32	16	2+1							
	中国近现代史纲要	3	2	1	48	32	16		2+1						
	马克思主义基本原理	3	3		48	40	8			3					
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		32	32						2			
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2	2		32	32							2		
	思想政治理论课实践	2		2	64		64						4		
	形势与政策	2	2		64	64									2
	通识选修课	22	14	8	480	224	256		5	4	2	6	4		1
	通识选修课设置人类文明与人文关怀、社会科学与现代生活、科学精神与科技创新、生命关怀与环境保护、艺术体验与审美鉴赏、思维方法与思维训练六个模块。其中： 1. “生涯规划-探索与管理”“大学生心理健康教育”“劳动教育”“国家安全教育”和“党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题”5门课程须修读合格。 2. “艺术体验与审美鉴赏”模块须至少修读2学分。 3. 鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。对于符合条件的活动成果，可依学校规定申请认定学分。														
	生涯规划-探索与管理	2	1	1	32	16	16		1+1						
	大学生心理健康教育	1	1		32	22	10		1+1						
	劳动教育	1		1	32	8	24								2
	国家安全教育	1	1		16	16				2					
	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	1	1		16	16				2					
专业必修模块	专业必修课	37	32	5	592	512	80	8	9	6	9	3	2		
	学科基础课	21	20	1	336	320	16	5	9	4	3				
	微观经济学原理 (B)	2	2		32	32		2							
	宏观经济学原理 (B)	2	2		32	32			2						
	管理学原理 (A)	3	3		48	48		3							
	会计学原理	3	3		48	48			3						
	经济数学 I	4	4		64	64			4						
	商业数据挖掘与分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	统计学原理	4	4		64	64				4					
	专业基础课	16	12	4	256	192	64	3		2	6	3	2		
	营销学原理 (A)	3	3		48	48		3							
	数字新媒体营销	2	1	1	32	16	16			1+1					

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期（周学时）							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
专业教育模块	财务管理(B)	3	3		48	48					3				
	国际市场营销	3	2	1	48	32	16				2+1				
	人工智能与商务应用	2	1	1	32	16	16						1+1		
	营销调研	3	2	1	48	32	16					2+1			
	专业选修课	30	26	4	480	403	77			5	5	10	10		
	修读要求：														
	1. 课程组A为市场营销专业核心选修课，学生应在其中修读不少于18个学分。其中，“社会科学研究方法”统一于大三下学期集中开设，学生均须修读。														
	2. 课程组B为专业拓展方向课程，共分为创意与广告、数字投资与贸易两个方向延伸课程。														
	3. 拟留学、考研或有加深、加厚基础理论部分需求的学生可选修课程组C的课程。														
	4. 除限选22学分应在课程组A中选修以外，其余学分可以从课程组A、课程组B或课程组C的课程中选修。														
	5. 选修课的选修学期为起始修读学期，后续学期也可修读。														
	课程组A														
	AIGC与内容营销	2	1	1	32	16	16					1+1			
	大数据分析营销	3	2	1	48	32	16			2+1					
	习近平经济思想概论	2	2		32	24	8			2					
	服务营销	2	2		32	32				2					
	国际管理	3	3		48	48				3					
	品牌营销	2	2		32	32				2					
	渠道管理	3	3		48	48				3					
	数字化客户开发与销售实务	2	2		32	32				2					
	数字化全球领导力与组织行为	3	3		48	48				3					
	产业经济学	3	3		48	48					3				
	科技创业	2	1	1	32	16	16				1+1				
	互联网消费洞察	2	1	1	32	16	16				1+1				
	跨境电商概论	3	2	1	48	32	16				2+1				
	零售学	3	2	1	48	32	16				2+1				
	跨国公司运营管理	2	2		32	32					2				
	数字时代的国际人力资源管理	3	3		48	48					3				
	企业战略管理(B)	2	2		32	32					2				
	体验营销	3	2	1	48	32	16				2+1				
	营销案例研究分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	营销策划	2	1	1	32	16	16				1+1				
	营销心理学	2	2		32	32					2				
	整合营销沟通	3	3		48	48					3				
	SAS应用与消费大数据分析	3	2	1	48	32	16					2+1			
	数据软件与爬虫智能工具应用	2	1	1	32	16	16					1+1			
	创新创业竞赛实践与案例分析	2	1	1	32	16	16					1+1			
	互联网金融营销	2	2		32	32						2			
	跨境电子商务实务	3	2	1	48	32	16					2+1			
	跨文化沟通与管理(B)	2	2		32	32					2				
	社会科学研究方法	2	1	1	32	16	16						1+1		
	消费者行为学(A)	3	3		48	48				3					
	课程组B														
	创意与广告方向														
	广告学原理	3	2	1	48	32	16			2+1					
	视频制作基础	3	3		48	40	8			3					

课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分			课程学时数			建议修读学期（周学时）							
		合 计	理 论	实 践	合 计	理 论	实 践	一 上	一 下	二 上	二 下	三 上	三 下	四 上	四 下
	移动广告界面设计	2	1	1	32	16	16			1+1					
	文化创意方法	2	2		32	24	8				2				
	创意商品设计	2	1	1	32	16	16					1+1			
	数字贸易与投资方向														
	国际贸易实务	3	3		48	48				3					
	国际商务	3	3		48	48				3					
	商务英语 (A)	3	2	1	48	32	16				2+1				
	数字经济概论	2	1	1	32	16	16				1+1				
	证券投资学 (A)	3	3		48	48					3				
	国际投资学	3	3		48	48					3				
	创业与融资	3	2	1	48	32	16					2+1			
	公司信贷	3	3		48	48						3			
	数字贸易学	2	2		32	32						2			
	国际结算	3	3		48	48						3			
	国际贸易实务模拟	2	1	1	32	16	16					1+1			
	经济法 (经济类) (A)	3	3		48	48						3			
	跨境并购	3	3		48	48						3			
	外汇理论与实务	2	2		32	32						2			
	外贸函电与写作	2	1	1	32	16	16					1+1			
	课程组C														
	中级微观经济学	3	3		48	48					3				
	中级宏观经济学	3	3		48	48					3				
	高代选讲	2	2		32	32					2				
	概率统计 (经管类)	3	3		48	48					3				
	经济数学 II	2	2		32	32				2					
	经济数学 III	4	4		64	64					4				
	实习与实践	13		13	26周		26周		1		1		1		10
	创新实践 I : 社会调研	1		1	2周		2周		2周						
	创新实践 II : 专项实习	1		1	2周		2周				2周				
	创新实践 III : 企业实习	1		1	2周		2周						2周		
	毕业实习 (营销)	4		4	8周		8周								8周
	毕业论文/设计 (营销)	6		6	12周		12周								12周
学分、学时总计及学分学期分布		137	92	45	2208	1483	725	18	23	21	20	21	21	0	13

市场营销专业人才培养方案-统计表

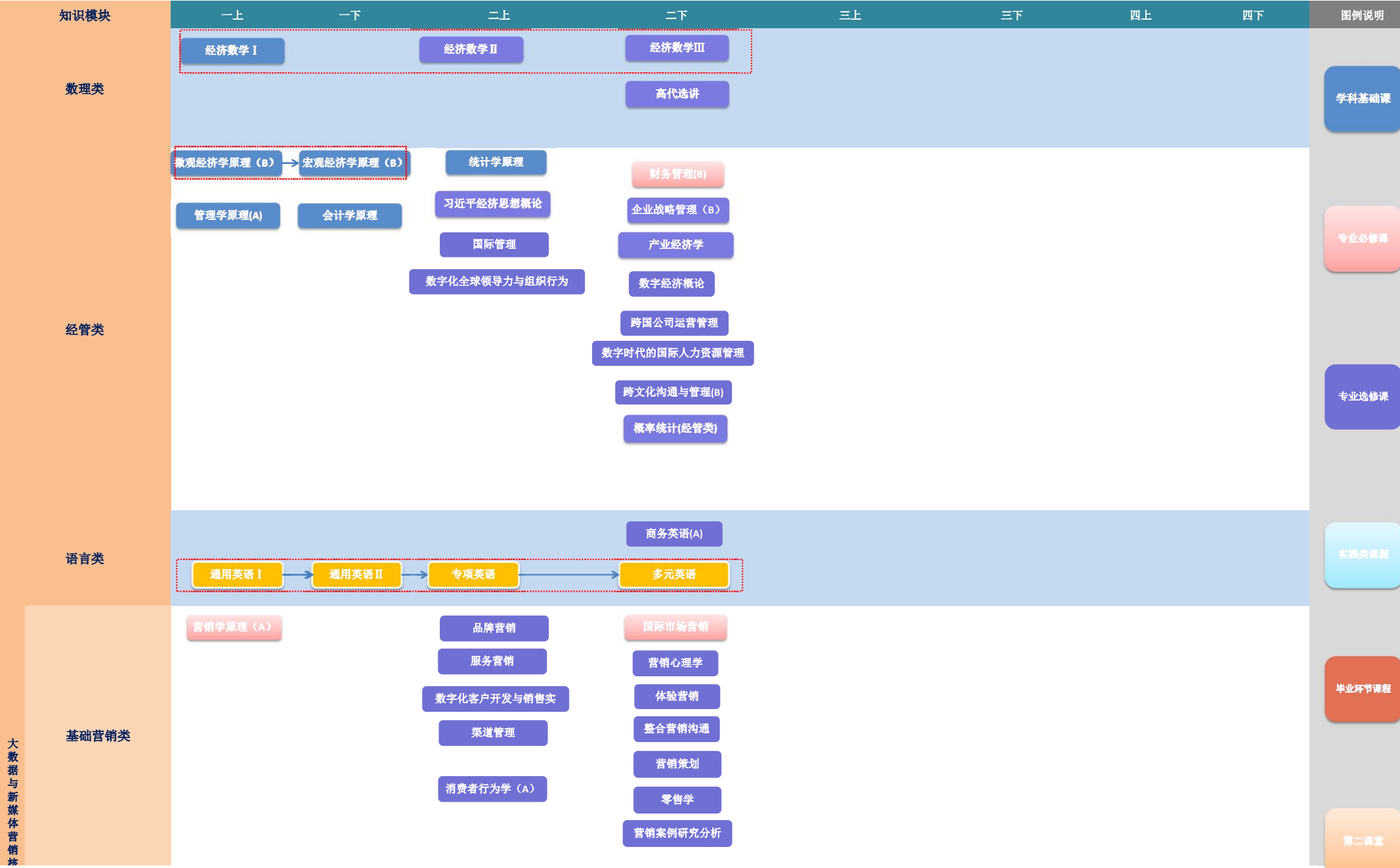
学期教学活动安排情况

项目周数 学年学期		课程 教学周	实践 教学周	军事 训练	复习 考试周	毕业 实习	毕业论 文(设计)	教研活 动周	合 计
一	1	16		(3)	2			1	19
	2	16	2		2			1	21
二	3	16			2			1	19
	4	16	2		2			1	21
三	5	16			2			1	19
	6	16	2		2			1	21
四	7	16			2		(12)	1	19
	8	16			2	(8)		1	19
合计		128	6	(3)	16	(8)	(12)	8	158

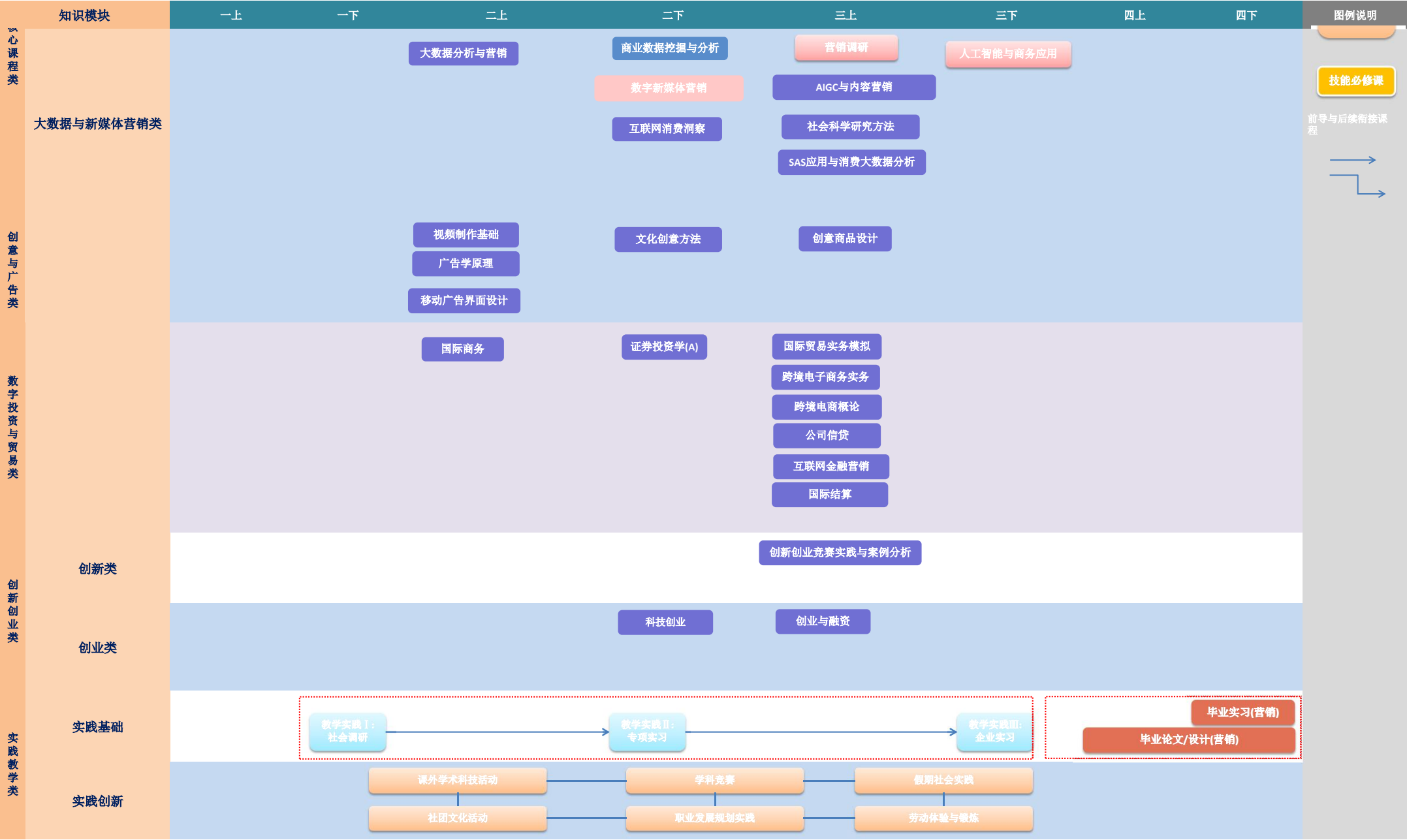
课程类别	课程名称	培养规格																	
		素质要求						能力要求						知识要求					
		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	
通识必修课	通用英语 I				√					√				√				√	
通识必修课	通用英语 II				√					√				√				√	
通识必修课	专项英语				√					√				√				√	
通识必修课	多元英语				√					√				√				√	
通识必修课	人工智能与计算机基础				√			√						√					
通识必修课	军事训练					√													
通识必修课	体育 I					√													
通识必修课	体育 II					√													
通识必修课	体育 III					√													
通识必修课	体育 IV					√						√							
通识选修课	生涯规划-探索与管理		√	√	√						√				√				
通识必修课	军事理论	√					√												
通识必修课	思想道德与法治		√	√		√	√		√						√				
通识必修课	中国近现代史纲要	√	√	√			√		√						√				
通识必修课	马克思主义基本原理	√	√	√			√		√						√				
通识必修课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	√	√	√			√		√						√				
通识必修课	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	√	√	√			√		√						√				
通识必修课	思想政治理论课实践	√	√	√			√		√						√				
通识必修课	形势与政策	√	√	√			√		√		√				√				
通识选修课	大学生心理健康教育	√	√	√			√		√						√				
通识选修课	劳动教育	√	√	√			√		√						√				
通识选修课	国家安全教育	√	√	√			√		√						√				
通识选修课	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	√	√	√			√		√						√				
专业必修课	经济数学 I			√				√								√			
专业必修课	微观经济学原理(B)			√				√								√			
专业必修课	宏观经济学原理(B)			√				√								√			
专业必修课	管理学原理(A)	√										√					√		
专业必修课	会计学原理			√				√								√			
专业必修课	统计学原理			√				√								√			
专业必修课	营销学原理(A)			√	√				√	√		√	√	√					
专业选修课	消费者行为学(A)			√	√				√			√		√	√				
专业必修课	财务管理(B)			√	√				√	√		√				√	√		
专业必修课	企业战略管理(B)			√	√				√	√		√	√	√			√		
专业必修课	国际市场营销			√	√				√	√			√	√	√			√	
专业必修课	人工智能与商务应用	√		√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	
专业必修课	营销调研			√	√				√		√		√	√					
专业必修课	数字新媒体营销			√	√			√	√				√	√		√	√		
专业必修课	商业数据挖掘与分析				√			√	√					√					
专业选修课	大数据分析营销				√				√					√					
专业选修课	数字贸易学				√				√				√	√					
专业选修课	习近平经济思想概论	√				√					√		√		√				
专业选修课	产业经济学	√	√				√	√							√				
专业选修课	互联网消费洞察				√				√				√	√					
专业选修课	科技创业				√				√		√		√	√					
专业选修课	互联网金融营销				√				√					√	√				
专业选修课	AIGC与内容营销				√				√					√					
专业选修课	创新创业竞赛实践与案例分析				√				√		√		√	√					
专业选修课	社会科学研究方法				√				√					√					
专业选修课	SAS应用与消费大数据分析			√				√	√		√			√					

课程类别	课程名称	培养规格																	
		素质要求						能力要求						知识要求					
		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	
专业选修课	跨境电商概论				√				√									√	
专业选修课	渠道管理				√				√				√	√					
专业选修课	零售学				√				√				√	√					
专业选修课	体验营销				√				√	√				√					
专业选修课	整合营销沟通				√				√					√					
专业选修课	品牌营销				√				√					√					
专业选修课	服务营销				√				√					√					
专业选修课	数字化全球领导力与组织行为				√				√								√		
专业选修课	营销心理学				√				√					√		√			
专业选修课	营销策划				√				√	√	√		√	√					
专业选修课	数字化客户开发与销售实务				√				√					√					
专业选修课	国际管理				√				√							√	√	√	
专业选修课	营销案例研究分析				√									√			√		
专业选修课	数据软件与爬虫智能工具应用				√									√			√		
专业选修课	跨国公司运营管理				√												√		
专业选修课	数字时代的国际人力资源管理				√					√	√				√		√		
专业选修课	跨文化沟通与管理(B)				√					√		√			√		√	√	
专业选修课	广告学原理	√											√	√					
专业选修课	视频制作基础	√		√															
专业选修课	创意商品设计	√		√										√					
专业选修课	文化创意方法	√																	
专业选修课	移动广告界面设计	√		√					√										
专业选修课	证券投资学(A)				√							√				√			
专业选修课	外汇理论与实务				√							√				√			
专业选修课	公司信贷				√			√				√				√			
专业选修课	跨境并购				√							√					√		
专业选修课	国际投资学				√			√				√				√		√	
专业选修课	创业与融资				√							√				√			
专业选修课	国际贸易实务				√							√	√			√		√	
专业选修课	国际结算				√	√		√								√		√	
专业选修课	国际贸易实务模拟				√	√										√		√	
专业选修课	跨境电子商务实务				√	√						√				√		√	
专业选修课	国际商务				√	√						√				√		√	
专业选修课	商务英语(A)			√						√						√		√	
专业选修课	外贸函电与写作			√						√								√	
专业选修课	数字经济概论				√			√								√			
专业选修课	经济法(经济类)(A)				√				√						√				
专业选修课	中级微观经济学				√			√								√			
专业选修课	中级宏观经济学				√			√								√			
专业选修课	高代选讲				√			√								√			
专业选修课	概率统计(经管类)				√			√								√			
专业选修课	经济数学Ⅱ				√			√								√			
专业选修课	经济数学Ⅲ				√			√								√			
实习与实践	创新实践Ⅰ:社会调研	√		√					√					√					
实习与实践	创新实践Ⅱ:专项实习	√		√					√					√			√		
实习与实践	创新实践Ⅲ:企业实习			√	√				√			√		√			√		
实习与实践	毕业实习(营销)			√	√				√					√					
实习与实践	毕业论文/设计(营销)			√					√					√					

市场营销专业课程图谱(2026年)



市场营销专业课程图谱(2026年)



市场营销专业（大数据方向）人才培养目标

【AI 驱动创新、大数据商业分析、全球营销实践、复合型营销人才】

• 本专业旨在培养担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有AI驱动创新精神、AI场景实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型高素质人才。作为国际商务学院特色专业的建设点，本专业始终秉承胸怀全球，立足本土的开放教育理念，着力培养学生先进实用的市场分析和解决商业问题的技能。使学生今后能在全球导向型组织中胜任市场研究、营销策划、商业分析、营销咨询、品牌管理和互联网营销等营销管理任务，亦能进一步攻读本专业或相关专业的硕士学位。

专业课程模块及实践教学体系

通识教育模块

专业教育模块

技能教育模块

专业必修课

专业选修课（核心）

专业课程教学体系

【大数据+智能+营销】

专业实践教学体系

【市场驱动，营销赋能】

数理经管类
【大一阶段】
数学1
微观经济学原理
宏观经济学原理
管理学原理(A)
会计学原理(A)
【大二阶段】
财务管理(B)
商业数据挖掘与分析
统计学原理

基础营销类
【大一阶段】
营销学原理 (A)
【大二阶段】
国际市场营销

大数据与新媒体营销类
【大二阶段】
数字新媒体营销
【大三阶段】
营销调研
人工智能与商务应用

创新创业实践类
【大二阶段】
互联网+创业营销
【大三阶段】
创新创业竞赛实践与案例分析
创业与融资

数理语言类
【大二阶段】
中级微观经济学
中级宏观经济学
高代选讲
经济数学II
经济数学III
商务英语 (A)

经管类
【大二阶段】
习近平经济思想概论
国际管理
数字化全球领导力与组织行为
企业战略管理 (B)
产业经济学
跨国公司运营管理
数字时代的国际人力资源管理
跨文化沟通与管理 (B)
概率统计 (经管类)
【大三阶段】
互联网金融营销

基础营销类
【大二阶段】
服务营销
渠道管理
营销心理学
体验营销
整合营销沟通
营销决策
零售学
营销案例研究分析

大数据与新媒体营销类
【大二阶段】
大数据分析营销
视频制作基础
广告学原理
互联网消费洞察
数字化客户开发与销售实务
【大三阶段】
AIGC与内容营销
社会科学研究方法
SAS应用与消费大数据分析
数据软件与爬虫智能工具应用

数据投资与贸易类
【大二阶段】
国际商务
证券投资学 (A)
跨境电商概论
【大三阶段】
国际贸易实务模拟
跨境电子商务实务
公司信贷
国际结算
数字贸易学

【大一】教学实践I:
社会调研
【大二】教学实践II:
专项实习
【大三】教学实践III:
企业实习
实践基础

通识教育实践

技能教育实践

毕业实习（营销）

毕业论文/设计(营销)

集中实践教学环节