

市场营销（单招）专业培养方案

制定人：靳代平 审核人：宋君 2020 年入学适用

一、培养目标

本专业方向致力于培养具有扎实的市场营销商科专业基础素质，同时兼具较高数据思维和数据能力的高级复合型新商科人才。本专业要求学生掌握市场营销的专业知识和实践技能；熟悉当代市场营销的新理论、新方法和新技术；熟练掌握大数据分析技能；能够创造性地利用大数据解决实际营销管理和决策问题；学生在毕业后更加能适应全球数字化转型时代的当代商业环境。

学生毕业后的就业岗位包括：客户运营与管理、市场运营与管理、新媒体营销、业务拓展、市场调研，以及其他和市场营销有关的工作岗位。

市场营销专业毕业 5 年后学生：

- 1、具有较高的政治素养、道德修养、人文素养和专业素养的专业性商务人才。
- 2、具有适用于管理学学科的、系统的、理论性的社会科学知识和自然科学知识，具备管理学和经济学的知识架构，能够应用市场营销专业知识与技能解决实际问题的高级应用型人才。
- 3、具有较强的人际沟通与表达能力，能够熟练的掌握和应用一门外语，具备国际化交流和涉外经济与管理活动能力的管理型人才。
- 4、具有批判性思维与探索精神、具备创新意识与能力的创新型人才。
- 5、善于利用大数据驱动和提高市场营销的工作绩效，更加能适应全球数字化转型时代的当代商业环境的特色化人才。

二、毕业要求

本专业学生主要学习经济学科和管理学科的基础理论和基础知识，系统掌握市场营销的基本理论、专业知识和业务技能，具有较强的市场营销工作实践能力，掌握管理学领域科学研究的方法。

毕业生应获得以下九个方面的知识和能力：

1.人文情怀与职业素养：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 具有人文社会科学素养，了解国情社情民情，维护国家利益，具有推动社会进步的责任感；

1.2 熟悉党和国家的基本路线、方针、政策，掌握中国对外开放的基本政策和相关法规，践行社会主义核心价值观；

1.3 树立低碳节能环保的理念，促进经济社会可持续发展。

2.基础知识与专业知识：具备扎实的经济学、管理学基础，系统掌握市场营销学科的基础知识、熟悉市场营销理论与实务的基本构架、方法和原理，了解市场营销学的理论进展和营销及相关领域实务中的新

现象、新动态。

- 2.1 具备扎实的经济学与管理学基础；
- 2.2 系统掌握市场营销学的理论架构与知识体系；
- 2.3 熟悉市场营销学的基本原理与方法；
- 2.4 了解市场营销领域最新动态和发展趋势。

3.批判性思维与创新能力：具有批判性精神和专业敏感性、具有创新意识和创新实践能力，具有应对新的市场环境对营销带来挑战的能力。

3.1 具有批判性思维和专业敏感性，能够发现、辨析、质疑、评价专业领域的现象和问题，表达个人见解；

3.2 具有创新意识和能力，能够应对不断变化的市场环境，提出创新性见解、进行创新性实验。

4.解决复杂问题能力：能够对市场营销领域的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 能够对市场营销领域的复杂问题进行综合分析和研究；

4.2 能够对本专业复杂问题提出相应对策或解决方案。

5.信息技术应用能力：能够运用现代科学技术工具对市场营销及相关领域的的数据信息进行收集和分析处理，熟悉常用数据分析软件的使用方法，能够使用计算机辅助系统为管理决策提供支撑。

5.1 能够使用专业先进技术和信息技术工具，利用大数据驱动业务的理论体系、知识、思路和方法；能够在分析问题、提出问题和解决问题的过程中，充分利用商业数据为营销活动提供支撑；

5.2 掌握商业环境中常用到的大数据工具，能够熟练地完成大数据全链路的实际操作，包括：数据源定义、数据汇集、数据湖管理、数据加工、分析挖掘、以及数据可视化；

5.3 掌握市场营销场景业务场景中大数据驱动的方法。

6.沟通与表达能力：能够使用书面和口头表达的方式与业界同行和社会公众就市场营销相关领域的问题进行有效的交流与沟通，掌握跨文化沟通的方法与技巧，具有国际交流能力。

6.1 能够进行跨文化沟通；

6.2 能够就专业领域的问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。

7、团队合作能力：具有团队协作意识，在市场营销学科及相应交叉学科团队活动中能够有效的发挥个人能力，能够与其他成员进行协调合作并促成团队合作目的的达成，具备国际团队合作能力。

7.1 能主动和团队成员合作开展工作，能够与团队成员和谐共处、协作共事，并在团队活动中发挥积极作用；

7.2 能够组织或领导团队活动，能够创造共同愿景，激励成员士气，并且领导团队成员获得成长机会；

7.3 具备国际团队协作能力。

8、国际视野和国际理解能力：熟练掌握至少一门外语，具有国际视野和国际理解能力，关注国际动态和全球性问题，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性，熟知国际营销中的文化差异与沟通策略。

8.1 熟练掌握至少一门外语，能够熟练地运用该门外语完成听、说、写等方面的日常任务；

8.2 具有国际视野和国际理解能力，关注国际商业动态和全球管理问题；

8.3 了解并理解不同文化存在一定的差异性，能够适应在不同文化环境中的生活与工作；

8.4 熟悉国际营销领域的一般准则。

9、终身学习能力：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 能认识不断探索和学习的必要性，具有自主学习和终身学习的意识；

9.2 具备终身学习的知识基础，掌握自主学习的方法，了解拓展知识和能力的途径；

9.3 能针对个人或职业发展的需求，采用合适的方法，自主学习，适应发展。

三、学制与学位

基本学制：4 年

修业年限：4-6 年

授予学位：管理学学士

四、主干学科与核心课程

主干学科：经济学 管理学

核心课程：管理学 经济学原理 市场营销学 国际贸易实务 大数据基础 消费者行为学
市场调查 营销策划

五、课程体系结构及学分比例

类别			学时数	学分数	讲课		实验		实践	
					学时	学分	学时	学分	学时	学分
通识教育平台	通识基础 (固定)	必修	828	42.5	552	30.3	48	3	228	9.3
	通识基础 (动态)	必修	128	8	128	8	0	0	0	0
	通识核心课程	选修	96	6	-					
	通识选修课程	选修	32	2	-					
专业教育平台	专业必修课程	必修	848	53	696	43.5	152	9.5	0	0
	专业选修课程	选修	392	24.5	328	20.5	64	4	0	0
	集中实践课程	必修	29 周	29						
小计				165	课内理论教学学时合计		1832	实践教学学分比重		33.18%
劳动素养与素质拓展学分				5	-					
合计				170	-					

六、毕业标准

- 1、具有良好的思想和身体素质，符合学校规定的德育和体育标准。
- 2、完成专业教学计划规定的全部教学环节，总学分达到 165 学分。
- 3、完成学校劳动素养与素质拓展最低学分要求（5 学分）。
- 4、毕业论文成绩合格及以上。

七、教学计划进度表

具体内容见附表

八、毕业要求与课程及教学活动关联矩阵

具体内容见附表

九、学生解决复杂应用问题能力培养体系说明

具体内容见附件

十、校地合作教育培养计划

具体内容见附件

市场营销（单招）专业 2020 级教学计划进度表

课程类型：通识基础（固定）

课程性质：必修

专业名称：市场营销（单招）

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课学时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
体育（6）-教学俱乐部	Sports (6) - Teaching Club	10100006	0.5	16	0	0	16	考查	否						0.5					
形势与政策	Situation and Policy	08100003	2	64	64	0	0	考查	否								2			
思想道德修养与法律基础	Moral Education and Fundamental s of Law	A0010004	3	48	32	0	16	考查	否	3										
初级英语读写	elementary English writing and reading	03100315	2	32	32	0	0	考试	否	2										
初级口语	elementary Spoken English	03100314	2	32	32	0	0	考查	否	2										
体育（1）	Sports (1)	10100001	1	32	0	0	32	考查	否	1										
入学教育	Entrance Education	30300003	0.5	8	8	0	0	考查	否	0.5										
军事理论与军事训练	Military Theory and Military Training	08100007	4	68	36	0	32	考查	否	4										
劳动教育	Labor Education	02100001	1	32	28	0	4	考查	否	1										
大学计算机技术	University computer technology	09100381	3	48	16	32	0	考试	否	3										
大学生心理健康教育	College Students' Psychological Health Education	30100002	2	32	16	16	0	考查	否	2										
中国近现代史纲要	Outline of Modern & Contemporary Chinese History	08100004	3	48	48	0	0	考查	否		3									
中级英语读写	Intermediate English Writing and Reading	03100341	2	32	32	0	0	考试	否		2									
中级口语	Intermediate Spoken English	03100338	2	32	32	0	0	考查	否		2									
体育（2）	Sports (2)	10100002	1	32	0	0	32	考查	否		1									

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课学时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Introduction to Mao Zedong Thought and the Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics	08100002	5	80	64	0	16	考试	否			5								
体育(3)	Sports (3)	10100003	1	32	0	0	32	考查	否			1								
马克思主义基本原理概论	Introduction to Basic Principles of Marxism	A0010005	3	48	48	0	0	考试	否				3							
体育(4)	Sports (4)	10100004	1	32	0	0	32	考查	否				1							
体育(5)-教学俱乐部	Sports (5) - Teaching Club	10100005	0.5	16	0	0	16	考查	否					0.5						
大学生职业发展与创业教育	College Students' Career Development and Entrepreneurship Education	30100003	1	32	32	0	0	考查	否						1					
写作与表达	Writing and expression	01100390	2	32	32	0	0	考查	否						2					
总计			42.5																	
要求与说明： 《形势与政策》课程 1 - 8 学期实施，每学期 8 学时，第 8 学期录入成绩。 《军事理论与军事训练》分两部分，其中军事理论为 36 学时，军事训练为 2 周。																				

课程类型：通识基础（动态）

课程性质：必修

专业名称：市场营销（单招）

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课学时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
高等数学C(1)	Higher Mathematics C (1)	A0010022	3	48	48	0	0	考试	否	3										
高等数学C(2)	Higher Mathematics C (2)	A0010023	3	48	48	0	0	考试	否		3									
线性代数	Linear algebra	A0010024	2	32	32	0	0	考试	否			2								
总计			8																	
要求与说明：																				

课程类型：通识核心课程 课程性质：通选 专业名称：市场营销(单招)

开课学期	课程代码	课程名称	学分	考核	总学时	备注
		通识核心课程	6	考查		
		人文艺术类		考查		
		社会科学类		考查		
		自然科学类		考查		
应修小计			6			
选课要求： 理学、工学类专业学生须选修 2 学分的人文艺术类课程和 2 分的社会科学类课程；管理学、经济学和文学类专业学生须选修 2 学分的人文艺术类课程和 2 学分的自然科学类课程；艺术和教育类专业学生须选修 2 分的社会科学类课程和 2 学分的自然科学类课程。						

课程类型：通识选修课程 课程性质：任选 专业名称：市场营销(单招)

开课学期	课程代码	课程名称	学分	考核	总学时	备注
		通识选修课程	2	考查		
选课要求： 教师教育专业学生须选修现场急救方面的相关课程。						

课程类型：专业必修课程 课程性质：必修 专业名称：市场营销(单招)

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
管理学	Management Science	02300361	4	64	64	0	0	考试	是	4										
会计学	Accounting	A0220028	3	48	48	0	0	考试	否	3										
市场营销导论	Introduction to Marketing	02300551	1	16	16	0	0	考查	否	1										
国际贸易实务	International Trade Practice	02300364	4	64	48	16	0	考试	是		4									
大数据基础	Big Data Foundation	02300587	3	48	32	16	0	考试	是		3									
经济学原理	Principles of Economics	02300381	4	64	64	0	0	考试	是		4									
市场营销学	Marketing	02300422	4	64	48	16	0	考试	是		4									
Python	Python	02300506	2	32	16	16	0	考查	否			2								
产品设计原理	Product design principle	02300026	3	48	32	16	0	考查	否			3								创新课程
经济法	The Economy Law	A0220035	3	48	48	0	0	考试	否			3								
消费者行为学	Consumer Behaviors	02300442	4	64	64	0	0	考试	是			4								

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注
										1	2	3	4	5	6	7	8		
应用统计学	applied statistics	02300449	3	48	40	8	0	考试	否			3							
市场调查	Marketing Survey	02300421	4	64	40	24	0	考试	是				4						
营销策划	Marketing planning	02300447	4	64	40	24	0	考试	是					4					
品牌管理	Brands Management	02300401	3	48	48	0	0	考试	否					3					
商务英语	Business English	A0240056	2	32	32	0	0	考查	否						2				
管理研究方法	Management Research Methodology	02300505	2	32	16	16	0	考查	否							2			
总计			53																
要求与说明:																			

课程类型：专业选修课程

课程性质：限选

专业名称：市场营销(单招)

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注
										1	2	3	4	5	6	7	8		
国际市场管理(双语)	Global Marketing Management(bilingual)	02300525	3	48	48	0	0	考查	否			3							国际商务
数据源与数据湖	Data Sources and Data Lakes	02300509	2	32	16	16	0	考试	否			2							大数据营销
管理信息系统概论	Management Information System Introduction	02300139	3	48	32	16	0	考查	否			3							
旅游概论	Tourism Introduction	02300523	2	32	32	0	0	考查	否			2							
数据加工	Data Processing	02300527	3	48	32	16	0	考试	否				3						大数据营销
跨境电子商务(双语)	Cross-border e-commerce(bilingual)	02300503	3	48	32	16	0	考查	否				3						国际商务
管理心理学	Science of Management Psychology	02300145	2	32	32	0	0	考查	否					2					
国际商法(双语)	International commercial law (bilingual)	02300524	3	48	48	0	0	考查	否					3					国际商务

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
新媒体营销	New Media Marketing	02300507	2	32	24	8	0	考查	否					2						
酒店管理概论	Introduction to hotel management	A0620011	2	32	32	0	0	考查	否					2						
数据分析与挖掘	Data Analysis and Mining	02300526	3	48	32	16	0	考试	否					3						大数据营销
跨文化沟通(双语)	Intercultural communication (bilingual)	02300391	2	32	32	0	0	考查	否						2					国际商务
零售管理	Retail management	02300393	2	32	32	0	0	考查	否						2					
服务营销	Services Marketing	02300159	2	32	32	0	0	考查	否						2					
市场营销大数据	Marketing Big Data	02300508	3	48	32	16	0	考试	否						3					大数据营销
客户关系管理	Customer Relationship Management	02300389	3	48	32	16	0	考查	否						3					
广告学	Advertising	A0240022	2	32	32	0	0	考查	否						2					
创新与创业管理	Innovation and Entrepreneurship Management	02300035	2	32	32	0	0	考查	否							2				
人力资源管理	Human Resource Management	A0240051	2	32	32	0	0	考查	否							2				
总计			24.5																	
<p>要求与说明:</p> <p>学生可以选修辅修专业或其他专业的必修或选修课程(除本专业培养方案中列出必修课程相同名称或相同内容的重复课程),考核合格后可冲抵本专业的选修课学分。</p> <p>1、选修课程最低要修满 24.5 个学分,其中实验学时要达到 64 学时。</p> <p>2、“大数据营销”和“国际商务”方向任选一个,选定方向的课程必须全修,其他课程任选。</p>																				

课程类型: 集中实践课程

课程性质: 必修

专业名称: 市场营销(单招)

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
Excel 应用	Excel Application	02300528	1.5	1.5周				考查	否		1.5									

课程名称	英文名称	课程代码	学分	总学时	讲课学时	实验学时	实践学时	考核	是否为学位课	各学期学分分布								专业方向	备注	
										1	2	3	4	5	6	7	8			
科学工作能力训练	Ability training for scientific work	02300353	2	2周				考查	否			2								
批判性思维训练	Critical thinking training	02300801	1	1周				考查	否			1								
跨专业综合实训	Interdisciplinary training	02300504	1.5	1.5周				考查	否					1.5						
ERP综合实训	ERP comprehensive training	02300004	2	2周				考查	否					2						
商务礼仪实训	Business etiquette training	02300406	1	1周				考查	否					1						
创业综合实训	Comprehensive training for Entrepreneurship	02300038	2	2周				考查	否							2				创新课程
大数据营销综合案例实训	Big Data Marketing Training	02300501	2	2周				考查	否							2				
毕业设计(论文)	Graduation Design (Thesis)	02300006	10	10周				考查	否									10		
毕业实习	Graduation Practice	A0253008	6	6周				考查	否									6		
总计			29	29周																
要求与说明： 如无特别说明，集中实践课程模块中各学期学分分布表中学分表达周数含义（即 1 学分=1 周）。																				

毕业要求与课程及教学活动关联矩阵 (二级指标打点版)

序号	课程名称	毕业要求																											
		1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2	7.1	7.2	7.3	8.1	8.2	8.3	8.4	9.1	9.2	9.3	
1	思想道德修养与法律基础	●																											
2	初级英语读写																												
3	初级口语																												
4	体育(1)																												
5	入学教育	●																											
6	军事理论与军事训练	●																											
7	劳动教育	●																											
8	大学计算机技术													●															
9	大学生心理健康教育																												
10	中国近现代史纲要	●																											
11	中级英语读写																												
12	中级口语																												
13	体育(2)																												
14	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		●																										
15	体育(3)																												
16	马克思主义基本原理概论	●																											
17	体育(4)																												
18	体育(5)-教学俱乐部																												
19	写作与表达																												
20	体育(6)-教学俱乐部																												
21	大学生职业发展与创业教育																												
22	形势与政策	●	●	●																									
23	高等数学 C(1)																												
24	高等数学 C(2)																												
25	线性代数																												

序号	课程类型	课程名称	毕业要求																										
			1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2	7.1	7.2	7.3	8.1	8.2	8.3	8.4	9.1	9.2	9.3
26		会计学					•																						
27		市场营销导论						•																		•			
28		管理学					•																						
29		国际贸易实务					•						•												•				
30		市场营销学						•				•													•				
31		经济学原理					•																						
32		大数据基础					•																						
33		产品设计原理											•																
34	专业必修课程	消费者行为学											•																
35		经济法		•																									
36		应用统计学																											
37		市场调查											•																
38		Python																											
39		营销策划											•																
40		品牌管理											•																
41		商务英语																											
42		管理研究方法																											
43		新媒体营销																											
44		数据分析与挖掘																											
45		国际商法(双语)			•																								
46		酒店管理概论			•																								
47		管理心理学						•																					
48		旅游概论			•																								
49		服务营销																											
50		广告学																											
51		市场营销大数据																											
52		跨文化沟通(双语)																											
53		零售管理																											
54		客户关系管理																											

毕业要求与课程及教学活动关联矩阵（一级指标 HML 版）

序号	课程类型	课程名称	毕业要求								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	通识基础 (固定)	马克思主义基本原理概论	L		M						L
2		形势与政策	H								
3		初级英语读写						L		L	L
4		劳动教育	M								M
5		初级口语						L		L	L
6		中级英语读写						L		L	L
7		中级口语						L		L	L
8		写作与表达					L	L	M		
9		大学计算机技术						L			L
10		体育(1)							M		
11		体育(2)							M		
12		体育(5)-教学俱乐部							M		
13		体育(6)-教学俱乐部							M		
14		大学生心理健康教育							L		L
15		大学生职业发展与创业教育									H
16		入学教育	L								
17		军事理论与军事训练	L								
18		思想道德修养与法律基础	M				L				
19		中国近现代史纲要	M								
20		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	L							L	L
21		体育(3)							M		
22		体育(4)							M		
23	通识基础 (动态)	高等数学 C(1)		L							
24		高等数学 C(2)		L							
25		线性代数		L							
26	专业必修课程	会计学		L							
27		管理学		L							
28		市场营销学		H		L				L	
29		市场营销导论		H		L				L	
30		国际贸易实务		L	L	L			L	L	
31		经济学原理		L							
32		消费者行为学		M		L					
33		经济法	M								
34		应用统计学		L			L				
35		市场调查		L		M	L				
36		产品设计原理		M							
37		品牌管理		M		L					
38		营销策划		H	L	L					
39		大数据基础					H				
40		管理研究方法				H	H				
41		Python					H				
42		商务英语						H		H	

序号	课程类型	课程名称	毕业要求								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
43	专业选修课程	国际市场管理（双语）						L	L	H	
44		管理心理学		L		L					
45		服务营销		M							
46		数据源与数据湖		L					M	L	
47		数据分析与挖掘					H				
48		国际商法（双语）	L								H
49		跨文化沟通（双语）						L	L	M	
50		零售管理		L		H					
51		酒店管理概论	L	L							
52		旅游概论	L	L							
53		市场营销大数据		H		L	H				
54		广告学		H							
55		客户关系管理		L		L	L				
56		人力资源管理		L					L		L
57		创新与创业管理					H		M		
58		管理信息系统概论					H				
59		数据加工					H				
60		新媒体营销		L							
61		跨境电子商务（双语）		L			L				
62		集中实践课程	Excel 应用					H			
63			科学工作能力训练			H			L	H	
64	ERP 综合实训					M			M		
65	批判性思维训练				H	L					
66	跨专业综合实训			L		L			L		
67	大数据营销综合案例实训			H		L	H				
68	商务礼仪实训		M					L	L		
69	创业综合实训				H				M	L	
70	毕业实习			H		L					
71	毕业设计（论文）				L	H					H

市场营销（单招）专业解决复杂应用问题能力培养体系说明

本专业解决的复杂应用问题	解决复杂应用问题能力的培养过程	复杂应用问题涉及的课程模块	本专业设置的课程及相应的实践环节	支撑性的专业能力
市场营销策划、市场营销方案制订、设计与执行中的复杂应用问题	孕育	经济管理学基础	高等数学、线性代数、概率统计、经济学原理、管理学、会计学、管理信息系统概论、应用统计学、经济法、管理心理学、科学工作能力训练、商务礼仪实训、管理研究方法、商务英语、市场营销导论	市场营销策划、市场营销方案制订原理分析能力
	孵化	环境分析	市场调查、消费者行为学、国际商法（国际商务方向）、Python，大数据基础、数据源与数据湖、数据加工、数据分析与挖掘、	市场营销策划、市场营销方案设计能力
		营销战略	市场营销学、国际市场管理（国际商务方向）、	
		营销策略	服务营销、品牌管理、零售管理、客户管理管理、人力资源管理	
	形成	活动管理	营销策划、营销案例精选、商务谈判、跨文化沟通（国际商务方向）、创新与创业管理、创业综合实训、跨专业综合实训	市场营销策划、市场营销方案全局思维与集成应用能力
运用	营销实践	毕业实习、毕业论文、市场营销大数据、大数据营销综合案例	企业实践能力	