

市场营销专业（辅修双学位）培养方案

（Marketing）

一、培养目标

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、销售管理等营销业务及管理工作的应用型、复合型专业人才。

二、毕业要求

本专业学生主要学习市场营销及工商管理方面的基本理论和基本知识，接受营销方法与技巧方面的基本训练，掌握分析和解决营销问题的基本能力。毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

1. 掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；
2. 掌握市场营销的定性、定量分析方法，具有为企业推出新产品（或新品牌）、开拓新区域（行业）市场的营销方案进行策划的能力。
3. 具有较强的语言与文字表达能力，人际沟通能力以及分析和解决营销实际问题的基本能力。
4. 熟悉我国有关市场营销的方针、政策和法规及了解国际市场营销的惯例和规则。
5. 了解本学科的理论前沿与发展动态；
6. 掌握文献检索，资料查询的基本方法，具有一定科学研究和实际工作能力，具有一定的批判性思维能力。

三、主干学科与主要课程

1. 主干学科

工商管理。

2. 主要课程

微观经济学、宏观经济学、管理学原理、基础会计学、应用统计、市场营销学、组织行为学、消费者行为学、物流管理、服务营销、商务谈判、国际市场营销、客户关系管理、电子商务、市场调查、财务管理等。

四、修业年限

3年。

五、学分要求

50学分（学生按照培养方案和教学计划修习规定课程并完成学位论文的撰写，若修读学分达到50学分，可主动申请市场营销辅修专业学士学位。经学校审核，可获得南京农业大学市场营销

销 辅修学位证书）。

六、授予学位

管理学学士（辅修）。

七、教学计划

课程编码	课程名称	学分	学时		学期					
			理论	实验	3	4	5	6	7	8
APEC2104M	微观经济学 Microeconomics	4	72		√					
APEC2103M	宏观经济学 Macroeconomics	3	54			√				
ScBA2101M	管理学原理 Principles of Management	3	54			√				
ScBA2301M	基础会计学 Basic Accounting	3	54			√				
AGFE2104M	应用统计 Applied Statistics	3	39	15	√					
ScBA3103M	市场营销学 Marketing	3	54			√				
ScBA3104M	组织行为学 Organizational Behavior	3	54		√					
ScBA3105M	消费者行为学 Consumer Behavior	2	36		√					
ScBA4115M	物流管理 Logistics Management	2	36			√				
ScBA4126M	服务营销 Service Marketing	2	36					√		
ScBA4129M	商务谈判 Business Negotiation	2	36			√				
ScBA4103M	国际市场营销 International Marketing	2	36			√				
ScBA4128M	客户关系管理 Customer Relationship Management	2	36				√			
ScBA4111M	电子商务 E-Business	2	30	6			√			
ScBA3109M	市场调查 Market Research	2	36					√		
ScBA3303M	财务管理 Financial Management	2	36						√	
ScBA4120M	毕业实习与毕业论文 Undergraduate Internship and Thesis Writing	10								√
小 计		50	699	21						