

培养目标

东华大学市场营销专业是一个体系完备又兼具鲜明时尚特色、学科支撑厚实又紧拓数据前沿、人才培养、科学研究与社会服务协调共进的可持续成长型专业。本专业致力于培养操守端正、市场营销理论和方法基础扎实、数据收集与分析能力强、营销实践能力突出的营销专业人才。

主要课程

管理学、微观经济学、宏观经济学、管理信息系统、应用统计学等工商大类基础课程。市场营销学、市场研究方法、消费行为学、品牌管理、渠道管理、整合营销传播、精准营销、网络营销、网络商务模式、时尚营销管理、管理与营销建模等专业课程。

实践环节

该专业学生除参加企业社会实践外，还需参加各种与企业合作的市场研究、分析和策划的课题，以提高解决社会实际问题的能力。参加网络营销的综合性计算机实验和消费行为综合性实验，安排各类企业参观和营销讲座。一般在学习早期开设认识实习、社会调研和社会实践等帮助学生了解专业的短期实习课程，同时还在高年级安排了为期2个月的企业实践锻炼的专业实习，以帮助提升学生就业技能和机会。

专业特色

东华大学市场营销专业在“2008中国大学评价报告”中，曾经位列全国同类本科专业第二位，并连续在近几年的中国大学分专业排行榜上保持在前20名之内。东华大学是开设市场营销专业最早的学校之一，历经10多年的发展，专业建设和课程设置始终围绕社会发展的需要。该专业拥有一支教学经验丰富、学术水平较高、企业合作项目众多，以及兢兢业业的师资队伍。由于大多数学生能够参与到教师的企业合作项目中并获得丰富的实践知识，因而学生毕业后工作的适应性和解决实际问题的能力都比较强。

该专业在安排基本专业课程外，开设了2个特色方向：时尚营销、网络数字营销。

毕业去向

该专业就业适应面广，既能适应不同行业、不同类别工商企业的营销和业务管理工作需求，也能适应非企业类型组织的管理业务需求。

毕业生职业发展路径前景广阔，可以从事市场数据分析、客户管理、销售渠道管理、市场区域协调与管理、品牌宣传与公关、营销策划等工作。职务可以沿着助理、业务员、主管、部门经理、总监、副总、总经理等路径进行晋升。

该专业毕业生大部分在如欧莱雅、AC尼尔森、巴斯夫等跨国公司，工商银行等国有企业，民营企业等从事市场研究、营销管理和其他管理工作。行业覆盖金融、时尚、咨询、信息服务、通讯、会展、生物医药、百货零售、物流、纺织服装等方面。该专业许多毕业生已经成为企业管理的中坚力量。也有学生选择自主创业，运用所学知识，发展壮大自己的企业。毕业生的职业生涯走向包括产品营销经理、品牌经理、市场研究分析师以及其他管理人员。近5年毕业生就业率达到99%左右。

毕业生可继续攻读国内、海外研究生。该专业优秀毕业生可推荐免试攻读硕士研究生。