

市场营销专业电子白皮书

欧阳泉 2022-09-07 2207

1.专业定位

市场营销系积极响应广东省教育厅提出的“本科人才培养方面，绝大多数学校和学科专业要定位在应用型人才培养上，要以校企协同育人为导向，突出学生实践动手能力和创新创业能力培养”的号召，以企业对营销人才的职业化和胜任力需求为导向，采用校企协同育人的“双导师”制培养模式，为学生创新创业能力的培养搭建实践与实训平台，使培养目标、教学计划、课程体系、教学内容、教学组织、教学评价的全过程贯穿市场营销人才职业知识、能力和素质的培养的系统要素，并利用信息化管理软件（《梦想启航大学生创新实践活动管理平台》）对学生在校学习进行跟踪管理，因材施教，以便培养高质量的应用型人才。

2.培养目标

培养德智体全面发展，适应社会经济发展的需要，具有扎实的经济学与管理学理论基础，系统掌握工商企业管理专业理论与技能，并具有较高的外语、计算机应用能力的企业管理高级人才。学生毕业后可到大中型国有企业、外商投资企业、民营企业 and 政府经济管理部门等单位从事专业职能管理工作，也可继续深造攻读硕士和博士。

3.培养规格

学制：4年

学分：160

知识要求：具有扎实的经济学和管理学理论基础，系统掌握工商管理专业理论，数学、经济学与行为科学的知识，商业和管理实务。

专业技能要求：具有较高的外语水平，写作沟通与口头表达能力，专业管理软件应用能力，信息搜寻与分析技能，具有全球视野、能够敏锐地感知商业和管理问题，辨识和分析管理行为。

通用能力要求：具有人际沟通能力、团队合作能力、创新能力、学习能力、分析和解决问题能力。

内在素质要求：具有诚信品格，责任感，主动性的内在素质。具备领导潜质，勇于承担社会责任。

4.课程体系

1) 专业课程体系总体框架：

市场营销应用型人才培养要走出集中课堂上课的单一模式，采用课内、课外校内和课外校外的三种“课堂”结合的方式，来规划市场营销专业学生的学习和实践，因此在市场营销应用型人才培养上，我们采取了以下的培养模式：

（1）建立有利于培养应用型人才的“三位一体”的课程体系

所谓“三位一体”就是基于市场营销从业人员的知识结构、能力和素质要求给市场营销专业的本科生所开设的公共基础课、学科基础课和专业领域课。做到：通识课程与专业课程的相互融通、注重学生思维能力的培养与训练、建立“校企协同育人”的联合办学机制、开展产学研活动、鼓励学生自主创业、带领学生参与科研以及实践校内外“双导师”制联合培育模式。

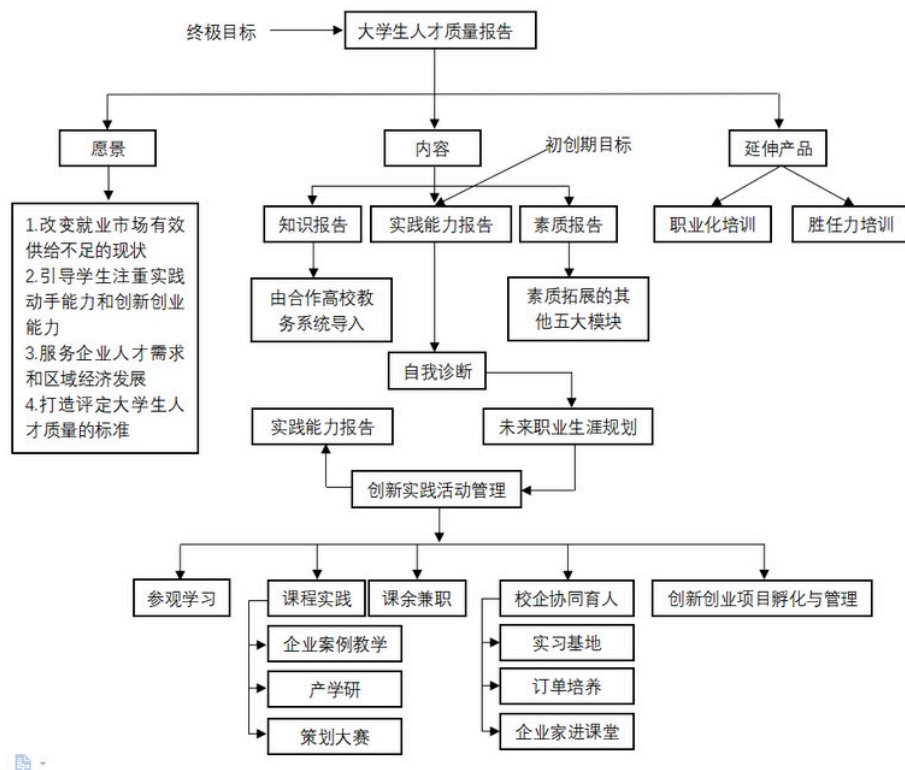


图 市场营销系应用型专业人才培养体系图

2) 市场营销管理核心课:

包括大数据营销、消费者行为学、品牌管理、整合营销传播、服务营销学、网络营销、商业模式的设计与创新、营销调研、商业伦理等。

3) 市场营销管理特色课程:

新生研讨课: 营销的原理与实践

全英语教学课程: 国际市场营销、消费者行为学、服务营销学、商务写作与口头展示

研究型课程: 消费者行为学

专题研讨课: 营销前沿理论讲座

MOOC: 营销学原理

探究课: 营销策划、现代推销学

本研贯通课: 整合营销传播

校企合作课: 营销调研、营销策划、大数据营销

以及实践教学课程:

创新实践课程: 企业经营模拟

创业教育课程: 创新管理、创业计划书写作、创业管理、创客训练

5.师资队伍

市场营销系迄今拥有教师13名，其中教授5名，副教授4名，讲师4名。长期以来十分注重理论与应用的结合，突出在品牌培育、新零售与商业模式创新、消费者行为与绿色营销等方面的研究特色，并积极参加国家工信部、广东省企业品牌建设促进会和广东营销学会的社会服务，与企业界特别是珠江三角洲企业有着非常密切的联系，撰写了大量的案例，并为政府以及许多大中型企业提供卓越的专题研究和管理咨询服务，得到社会的高度评价。

6.教学条件

1) 广东营销学会大学生创业实践平台（与广东营销学会联合成立的校企协同育人营销实践基地），引进校外导师80多人和校内导师30多人，建立15个校外实习基地，开展营销实训项目20多项，联合开展应用性人才的培养。

2) 院级“中国品牌战略发展研究中心”；并与工信部电子五所广州赛宝认证中心服务有限公司联合建立“华南理工大学品牌培育实习基地”，积极参与工信部组织的“工业企业品牌培育标准指南”和“区域品牌培育标准指南”的撰写和解读工作，著有《工业企业品牌培育体系第一部分实施指南的解读与应用》一书，为全国的企业和产业集群进行品牌诊断与品牌培育服务。

3) “‘梦想启航’大学生创新实践管理平台”，对市场营销专业学生的实践活动进行跟踪管理，并有RTC职业测评软件对学生个人进行性格和职业能力的测评，并跟踪管理学生的社会实践活动，最终形成“个人人才质量报告”，帮助学生更好地实现精准就业。

4) “大学生创新创业训练基地”（工商管理）与“学生创业体验馆”（营销大数据实验室），为本专业和全校的本科生和创业团队提供实训，并孵化和支持本专业及跨专业的学生创新创业项目，并积极支持和辅导学生创业团队参加中国“互联网+”大学生创新创业大赛以及创青春全国大学生创业大赛等各类竞赛，并多次获得国赛和省赛的金奖。

5) 华南理工大学工商管理学院华南管理案例研究中心。为国家新型工业化发展创新研究基地暨广东省新型工业化发展研究所专设的科研机构。这是教育部 985 工程二期国家创新基地建设项目广东省新型工业化研究基地建设的一部分，依托国家教育部直属的全国重点大学——华南理工大学雄厚的教学和科研实力，立足华南、面向国内外的中国企业管理的案例研究、教学、培训与学术交流提供支持与服务公共平台。2007年成立年以来，围绕案例库建设、案例系列文集出版、案例师资培训、AMBA国际认证等展开了一系列的开拓性工作，取得了丰硕的成果。与校图书馆合作建成开通了“华南案例管理全文数据库”，迄今为止现已入库的案例有近2000余篇，收录的案例覆盖战略管理、市场营销、人力资源管理、会计与财务管理、物流与供应链管理、运作与项目管理、信息化与知识管理、技术与创新管理、公司治理、企业家与创业管理、全球化与跨国管理等工商管理教学的各学科领域。