

高等教育自学考试市场营销（专升本）专业考试计划

（专业代码 120202）

一、指导思想

高等教育自学考试是我国高等教育基本制度之一，是对社会自学者进行的以学历考试为主的高等教育国家考试，是个人自学、社会助学、国家考试相结合的高等教育形式，也是我国高等教育体系的重要组成部分。

基于市场需求、学科性质明确和细化学生培养的知识、素质和能力，基于课程性质将知识、素质和能力细化到专业课程设计与课堂授课中，并以学科特区和研究中心为实践平台，引导和帮助学生将专业知识和素质向服务于地方、区域和行业的能力转化。

二、学历层次及规格

市场营销（专升本）专业为本科层次，在总体上与全日制普通高等学校相同或相近专业本科水平一致。符合毕业条件的考生，经申请并审核后，发给高等教育自学考试市场营销专业本科毕业证书。

三、培养目标与基本要求

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有较高的科学文化素养、职业道德水准、创新创业能力和社会责任感，适应社会和经济发展的需要，具备管理学、经济学和市场营销学的基本理论、基本知识、基本技能以及市场营销领域的专业技能，有一定的数学思维能力，能够在企事业单位及政府部门从事市场调研、市场开发、销售管理、国际营销、品牌营销和商务策划等营销与管理方面工作的较高素质的应用型专门人才。

本专业要求掌握市场营销学及相关管理学、经济学的基本理论和

基本知识，具备市场调研、产品管理、广告及公关策划、销售管理与策划、渠道及物流管理、客户开发与维护的基本能力，具有产品（服务）销售市场开发、客户服务支持、渠道管理与维护以及大数据应用的实际能力。主要包括：

1. 掌握管理学、经济学、市场营销学学科的基本理论、基本知识；
2. 掌握从事市场营销工作所需的定性、定量分析基本方法和技能；
3. 具备独立开展市场营销策划和管理，以及分析解决市场营销实际问题的基本能力；
4. 熟悉国家市场营销领域的方针政策与法律法规，以及国际市场营销的惯例和规则；
5. 了解市场营销的理论前沿、应用前景、发展动态、行业需求和国际趋势，以及电子商务、国际贸易、网络技术、大数据等方面的相关知识；
6. 具有一定的营销管理领域科学研究和实际工作能力，满足相关行业的工作需求；
7. 具有较强的文字写作、语言表达、人际沟通、信息获取、外语及计算机应用等方面的能力；
8. 具备较强的对新知识、新技能的学习能力和一定的创新创业能力。

四、课程设置与学分

专业代码：120202

序号	课程代码	课程名称	学分	备注
1	15040	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	
2	15043	中国近现代史纲要	3	
3	15044	马克思主义基本原理	3	
4	13000	英语（专升本）	7	

5	04183	概率论与数理统计（经管类）	5	
6	04184	线性代数（经管类）	4	
7	00184	市场营销策划	5	
8	00098	国际市场营销学	5	
9	14443	消费者行为学	6	
10	00185	商品流通概论	5	
11	00149	国际贸易理论与实务	6	
12	00186	国际商务谈判	5	
13	00908	网络营销与策划	3	
	00909	网络营销与策划（实践）	2	
14	13887	经济学原理（中级）	6	
15	13683	管理学原理（中级）	6	
16	10211	市场营销毕业论文		
总学分			74	

五、主要课程说明

1. 市场营销策划

《市场营销策划》课程是全国高等教育自学考试市场营销专业一门重要的必修课程，市场营销策划是一门应用学科。全面系统地阐述了市场营销策划的基本理论、基本知识和基本技能，具有鲜明的目的性、战略性和动态性，同时具有很强的可操作性。

2. 消费者行为学

《消费行为学》将为学生介绍本学科的发展沿革、研究意义、研究方法及研究内容，重点介绍消费者心理活动过程、个性心理特征等基本原理解，分析消费者的学习、态度及消费者的决策过程、决策模式，重点介绍影响消费者心理的社会环境和文化因素以及商品的基本要素对消费者行为的影响。此外，还为学生介绍广告、广告

理论、企业形象识别系统以及对消费者决策的影响，最后分析营销服务心理及营销人员基本素质。

六、实践性环节学习考核要求

1. 含实践的课程中实践所占学分：网络营销与策划（2）。
2. 可根据实际情况自主安排社会实践活动。
3. 毕业设计或毕业论文。

七、其他必要的说明

参加本专业相关课程学习需具有经济学、管理学等本专业所需的基础知识。