

# 中国传媒大学

## 市场营销专业

### 2025年辅修招生简章

#### 一、专业介绍

市场营销专业成立于2001年，2009年开始实施“工商大类”招生，2013年明确“品牌管理”作为专业的培养方向；当前，聚焦智能媒体发展需要，将“数字化营销”设定为专业发展的新定位。本专业历经近二十年专业建设与学科积累，已经发展成为专业特色鲜明，在行业内具有较强影响力的本科专业。

市场营销专业现为北京市一流本科专业建设点，本专业落实“立德树人”根本任务，坚持“以本为本”，以“宽口径、厚基础、有情怀、懂政策、强技能”为育人导向。在洞察业界发展趋势、顺应业界对现代化营销专业人才迫切需求的基础上，开展了以市场营销基础理论为内核，以信息传播、智能媒体管理、品牌数字化创新管理为特色的人才培养模式新探索和新尝试。

#### 二、培养目标

本专业旨在培养适应智能媒体和数字经济发展需要，迎合媒体融合发展、企业数字化转型国家战略需求，匹配现代管理学和传播学未来发展方向，具备扎实的理论基础、通晓系统的营销技能、掌握媒介和信息传播规律、富有创新精神和创业能力，“懂传媒、会管理、擅营销”的应用型、复合型人才。本专业旨在培养学生能够从营销管理理论的学习中，掌握科学营销决策所需要的知识和方法；能够从实验课和含实践项目课程的体验中，习得在真实的企业营销场景下解决问题的能力 and 团队协作能力；能够从数字化、智能化赋能营销管理相关课程的思考中，培养战略思维和创新意识。学生毕业后不仅能够快速适应职业和岗位要求，而且能够通过主动、持续的学习和创新性的实践来实现个人成长并贡献于国家建设。

#### 三、培养要求

本专业培养学生树立正确的人生观、世界观和价值观，使学生具备扎实的管理学、经济学基础、较好的人文社会科学素养和国际视野；掌握营销科学、信息

传播学的基本知识、研究方法，具有从事市场分析、营销策划、品牌管理、新媒体运营等实践操作技能。学生毕业应增加以下几方面的知识与素养：

1. 价值观引领：了解相关专业和行业领域的国家战略、法律法规和相关政策，深入社会实践、关注现实问题，具有经世济民、诚信服务、德法兼修的职业价值观。

2. 知识习得：掌握学科基础类、专业基础类和专业类知识，具有国际视野，了解本专业学科发展前沿，并能将所学知识用于解释本专业领域现象。

3. 应用能力：能够应用本学科基本原理、方法对本专业领域问题进行判断、分析和研究，提出相应对策和建议，并形成解决方案。

4. 学习能力：具有自主学习和终身学习意识，有创新创业能力及不断学习与适应发展的能力。

5. 沟通与合作能力：能够使用书面和口头表达方式与业界同行、社会公众就本专业领域现象和问题进行有效沟通与交流；具有团队协作意识，能够在本学科及多学科团队活动中发挥个人作用，并能与其他团队成员合作共事。

#### 四、招生对象

我校全日制在校本科生学有余力，已修读的必修课程全部及格，且主修专业为非工商管理类专业。以下专业不可申请辅修市场营销专业：

专业名称	专业代码	专业大类
工商管理	0120201K	工商管理类
市场营销	0120202	工商管理类
文化产业管理	0120210	工商管理类

#### 五、授课方式

与主修专业合班授课。

#### 六、学分认定

学生修读辅修课程获得的学分，可认定为主修专业培养方案中的通识拓展课组学分。

#### 七、授予证书条件

1. 学生申请的辅修学士学位依托专业须与其主修专业归属不同专业大类。
2. 学生达到主修专业毕业要求，并符合主修专业学士学位授予条件，获得主修学位之前，**完成辅修培养方案规定的课程及毕业论文（设计）**，成绩合格，**至少修满 40 辅修学分**，且平均学分绩点不低于 2.0 者，可申请授予辅修学士学位证书。
3. 学生达到主修专业毕业要求，且**完成辅修培养方案中必修课组全部学分**，除毕业论文（设计）学分之外，**总学分数达到至少 25 学分**，但未能满足辅修学士学位授予条件的，可申请授予辅修专业证书。
4. 参加双学士学位复合人才培养项目（如计算广告人才培养项目）的在校本科生，**可申请与主修专业归属不同专业大类的辅修专业证书**，不能申请辅修学士学位。
5. 辅修学士学位在主修学士学位证书中予以注明，**不单独发放学位证书**。辅修专业证书单独发放。

## **八、修读期限**

学生主修专业学业结束，无论毕业或结业离校，辅修学习同时终止。

## **九、证书申请**

学生须在毕业学年春季学期开学后五周内，向辅修专业所在学院提出申请辅修学士学位或辅修专业证书。

## **十、招生时间安排及报名方式**

### **第一阶段 网络报名：**

- 1、报名时间：2025 年 4 月 9 日 10:00 至 4 月 18 日 24:00。
- 2、报名程序：学生登录教学服务中心系统（<https://e.cuc.edu.cn/new/index.html>）的“辅修申请”进行报名，最多可报 2 个志愿。各专业将按照学生志愿依次录取，每位学生最终录取 1 个辅修专业。

### **第二阶段 录取：**

- 1、市场营销专业计划录取 10 人。

2、最终录取名单，将于 2025 年 5 月由本科生院统一公布。

### 第三阶段 缴纳学费及开课：

已确定录取的学生须按照本科生院的通知进行选课，并按照所选课程学分数缴费。具体安排请以届时通知为准。

## 十一、咨询联系方式

经济与管理学院：010-65783973，kecheng2022@126.com。

## 十二、辅修学费

经济与管理学院市场营销专业辅修学费按学分收取，130元/学分。

## 十三、课程设置及学分

类别	课程号	课程中文名称	学分	学时	开设学期	备注
专业必修课 (13.5 学分)	2191030217	管理学原理 (A)	3	48	每学年秋季学期	
	2191030216	市场营销 A	3	48	每学年秋季学期	
	2191030277	品牌管理 A	3	48	每学年秋季学期	
	2191030358	消费者行为学 A	2.5	48	每学年春季学期	
	2191030210	数字营销	2	32	每学年秋季学期	
专业选修课 (21.5 学分)	2191030067	经济学原理	3	48	每学年春季学期	
	2191030243	销售管理	2	32	不限学期	先修课程市场营销 A
	2191030235	商务谈判	2	32	不限学期	
	2191030372	客户关系管理	2	32	不限学期	先修课程市场营销 A
	2191030399	渠道管理	2	32	不限学期	先修课程市场营销 A
	2191030362	零售管理	2	32	不限学期	先修课程市场营销 A
	2191030394	大数据与全媒体用户管理	2	32	每学年春季学期	
	2191030376	智能媒体经营管理	2	32	每学年春季学期	先修课程市场营销 A
	2191030393	企业与品牌文化	3	52	不限学期	先修课程品牌管理 A
	2191030268	品牌识别与符号设计	2	32	不限学期	先修课程品牌管理 A
	2191030266	品牌价值管理	2	32	不限学期	先修课程品牌管理 A
	2191030180	管理运筹学 B	2	32	不限学期	
	2191030383	数据可视化	2	48	不限学期	
	2191030054	计量经济学基础	2	32	不限学期	
	2191030382	大数据分析	2.5	48	不限学期	
	2191030236	电子商务	2	32	不限学期	
	2191030242	国际市场营销 B	2	32	每学年秋季学期	先修课程市场营销 A
	2191030364	品牌传播	2.5	48	每学年秋季学期	先修课程品牌管理 A
	2191030240	服务营销	2	32	每学年春季学期	先修课程市场营销 A

	2191030381	营销科学与技术	2	40	每学年春季学期	先修课程市场营销 A
	2191030388	市场调查与预测	2.5	48	每学年秋季学期	先修课程市场营销 A
	2191030397	质性研究方法与案例分析	1.5	32	不限学期	先修课程市场营销 A
	2191030360	行为实验设计与数据分析	1.5	32	不限学期	先修课程市场营销 A
<b>毕业论文（设计）</b>	2191040023	毕业论文（设计）	5	160	每学年春季学期	
<b>总计</b>			40			

中国传媒大学经济与管理学院

2025年4月