

# 中国传媒大学

## 市场营销（品牌管理方向）专业

### 2022年辅修招生简章

#### 一、专业介绍

市场营销（品牌管理方向）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（品牌管理方向）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。学生毕业应获得以下几方面的知识与能力：

1. 价值引领：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、德法兼修的职业素养。

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（品牌管理方向）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

- 1、招生人数不满 20 人，与主修专业合班授课。
- 2、招生人数达到 20 人及以上，独立编班授课，周六、日上课。

#### 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教育拓展课组学分。

#### 七、授予证书条件

1. 学生申请的辅修学士学位所属专业须与主修专业归属不同专业类。
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，同时辅修修满至少 40 学分[含毕业论文（设计或创作）]，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，并符合主修专业毕业条件，同时辅修修满至少 25 学分[不含毕业论文（设计或创作）]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）、北京高等学校高水平人才交叉培养“双培计划”的在校本科生，可申请与主修不同专业大类的辅修专业证书，不允许申请辅修学士学位。

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、招生时间安排及报名方式**

### **第一阶段 网络报名：**

1、时间：2022 年 6 月 27 日 9:00 至 7 月 8 日 24: 00。

2、报名程序：请登录教学服务中心系统的辅修报名模块进行报名，每位学生限报 1 个专业。

### **第二阶段 录取：**

1、市场营销（品牌管理方向）专业计划录取 50 人。

2、最终录取名单，将于 2022 年 7 月 13 日之后由教务处统一公布。

### **第三阶段 缴纳学费及开课：**

已确定录取的学生由学校组织选课，按选课结果缴费，具体安排请以届时通知为准。

## **十、咨询电话**

经济与管理学院 屈贞老师 010-65783107 。

## **十一、辅修学费**

经济与管理学院市场营销（品牌管理方向）专业辅修学费按学分收取，130元/学分。

## 十二、课程设置及学分

类别	序号	课程中文名称	课程英文名称	学分	学时	学时分配				开设学期	备注
						理论教学	课内实践	实验上机	课外实践		
专业必修课	1	管理学原理 A	Principles of Management A	3	48	48				每学年秋季学期	
	2	经济学原理	Principles of Economics	3	48	48				每学年春季学期	
	3	市场营销 A	Marketing A	3	48	48				每学年秋季学期	
	4	品牌管理 A	Brand Management A	3	48	48				每学年秋季学期	先修课程市场营销 A
	5	消费者行为学 A	Consumer Behavior AS	2.5	48	32	16			每学年春季学期	先修课程市场营销
	6	数字营销	Digital Marketing	2	32	32				每学年秋季学期	先修课程市场营销
专业选修课	1	销售管理	Sales Management	2	32	32				不限学期	先修课程市场营销
	2	商务谈判	Business Negotiation	2	32	32				不限学期	
	3	客户关系管理	Customer Relationship Management	2	32	32				不限学期	先修课程市场营销
	4	渠道管	Channel	2	32	32				不限学	先修课

	理	Management							期	程市场营销
5	零售管理	Retailing Management	2	32	32				不限学期	先修课程市场营销
6	大数据与全媒体用户管理	Enterprise Innovation and Entrepreneurship Management	2	32	32				每学年春季学期	
7	智能媒体经营管理	Smart Media Operation and Management	2	32	32				每学年春季学期	先修课程管理学
8	企业与品牌文化	Enterprise and Brand Culture	3	52	44			8	不限学期	先修课程品牌管理
9	品牌识别与符号设计	Brand Recognition and Symbol Design	2	32	32				不限学期	先修课程品牌管理
10	品牌价值管理	Brand Value Management	2	32	32				不限学期	先修课程品牌管理
11	管理运筹学 B	Management Operational Research B	2	32	32				不限学期	
12	科学思维与统筹方法	Scientific Thinking and Overall Planning	2	32	32				不限学期	

		Methods								
13	数据可视化	Business Data Analysis and Visualization	2	48	16		32		不限学期	
14	计量经济学基础	Basics of Econometrics	2	32	32				不限学期	
15	大数据分析	Big Data Analysis	2.5	48	32		16		不限学期	
16	电子商务	Electronic Business	2	32	32				不限学期	
17	国际市场营销 B	International Marketing B	2	32	32				每学年秋季学期	先修课程市场营销
18	品牌传播	Brand Communication	2	32	32				不限学期	先修课程品牌管理
19	服务营销	Service Marketing	2	32	32				每学年春季学期	先修课程市场营销
20	营销科学与技术	Marketing Science and Technology	2	40	24		16		每学年春季学期	先修课程市场营销
21	市场调查与预测	Market Research and Forecasting	2.5	48	32		16		每学年秋季学期	先修课程市场营销
22	质性研究与营销案例分析★	Qualitative Research and Marketing Case Analysis	1.5	32	16	16			不限学期	先修课程市场营销
23	行为实	Behavior	1.5	32	16	16			不限学	先修课

		验设计与数据分析★	Experimental Design and Data Analysis							期	程市场营销
毕业论文 (设计或创作)	1	毕业论文(设计)	Graduation Thesis (Design)	5	160	0	0	0	160	每学年春季学期	完成 35 学分后可申请开题

中国传媒大学经济与管理学院

2022年6月