|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **高等教育自学考试****市场营销（专升本）专业考试计划**主考学校：西南财经大学四川省高等教育招生考试委员会2023年10月制定**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。结合高等教育自学考试特点，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的教育方针，坚持社会主义办学方向，坚持立德树人的根本任务，以适应社会经济发展需求和适应学生个体发展需求为导向，践行继续教育为社会服务的理念，着力培养具有良好的思想政治素质、社会责任感，具有良好的职业道德和服务社会精神的社会主义建设者和接班人。**二、学历层次及规格**高等教育自学考试市场营销（专升本）专业的学历层次为本科，学科门类为管理学，专业类别为工商管理类。本专业考试计划规定合格课程门数14门（其中考试课程相关的实践考核环节部分不单独计入课程总门数），总学分71学分。凡按照本专业考试计划的规定，取得相应课程合格成绩且达到规定学分要求，毕业环节和实践性环节考核合格，思想品德经鉴定符合要求者，经审核通过，由四川省高等教育招生考试委员会颁发市场营销（专升本）专业毕业证书，主考学校副署，国家承认学历。符合高等学历继续教育学士学位授予条件者，由主考学校按规定授予学士学位。**三、培养目标与基本要求**培养目标：本专业培养政治信念坚定，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。基本要求：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**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程类别 | 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 考试方式 | 备注 |
| 公共基础课 | 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 笔试 |  |
| 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 | 笔试 |  |
| 3 | 13000 | 英语（专升本） | 7 | 笔试 |  |
| 4 | 04184 | 线性代数（经管类） | 4 | 笔试 |  |
| 专业核心课 | 5 | 13887 | 经济学原理（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 6 | 13683 | 管理学原理（中级） | 6 | 笔试 |  |
| 7 | 00184 | 市场营销策划 | 5 | 笔试 |  |
| 8 | 00098 | 国际市场营销学 | 5 | 笔试 |  |
| 9 | 14443 | 消费者行为学 | 6 | 笔试 |  |
| 10 | 00908 | 网络营销与策划 | 3 | 笔试 |  |
| 00909 | 网络营销与策划（实践） | 2 | 实践 |  |
| 专业拓展课 | 11 | 09184 | 营销渠道决策与管理 | 4 | 笔试 |  |
| 12 | 03601 | 服务营销学 | 5 | 笔试 |  |
| 13 | 03645 | 市场信息与调研 | 4 | 笔试 |  |
| 03646 | 市场信息与调研（实践） | 2 | 实践 |  |
| 14 | 14159 | 商业伦理与企业社会责任 | 6 | 笔试 |  |
| 15 | 11715 | 职业生涯发展与规划 | 6 | 笔试 | 免考英语（专升本）替换课程 |
| 16 | 06385 | 网络信息检索与利用 | 4 | 笔试 |
|  | 17 | 00000 | 毕业考核（或论文\综合实践\实验\实习等） |  |  |  |
| 总学分 | 71 |

**五、主要课程说明**1.消费者行为学本课程主要内容是消费者购买决策过程、影响消费者行为的个体、心理和环境因素以及消费者行为的结果。通过本课程的学习，学生可以了解消费者行为的基本理论和最新研究进展，能分析评价消费者行为结果，具有综合运用知识解决实际问题的能力，根据市场数据为产品做用户画像，提出合理的营销策略建议。2.营销渠道决策与管理本课程主要内容是营销渠道管理理论、营销渠道成员与参与者、营销渠道纵向一体化决策、营销渠道结构设计、营销渠道系统、网络营销渠道管理、营销渠道权力与依赖、营销渠道冲突合作与沟通、营销渠道投机行为与渠道治理、营销渠道绩效评价与调整等。通过本课程的学习使学生学会营销渠道结构的设计，了解营销渠道的行为。3.服务营销学本课程主要内容是服务中的消费者行为、顾客需求的管理以及关系营销在服务营销中的有效运用等问题，其以顾客价值感知、价值锁定、价值创造与交付以及价值提升为主线，让学生深入剖析服务的内涵及其本质，了解企业从事服务营销与管理的内容及流程，了解服务中的消费者行为，学会服务营销中的顾客需求管理以及关系营销的建设，从而提高学生在服务工作中理论结合实践的能力。4.市场信息与调研本课程主要内容是市场调查设计理论、市场调查技术和调研数据分析技术等。通过本课程的学习使学生掌握营销调研的基本原理和方法以及获取市场研究所需要的数据信息的途径，学习如何对市场数据进行分析研究，为企业市场决策提供支持。市场信息与调研（实践）本课程是市场信息与调研的实践部分。本课程主要将市场信息与调研的课程内容转化为社会实践。根据现实中企业的经营环境与发展需求，实际制定市场信息与调研的方案，锻炼学生将课堂所学运用到实践的能力，提升学生发现问题、分析问题、解决问题的意识和能力。5.商业伦理与企业社会责任本课程主要内容是企业伦理与社会责任的概念、必要性分析、评判标准分析、现状分析、现存问题的原因追溯和对策建议。通过本课程的学习使学生提高商业决策当中的道德水平。6.职业生涯发展与规划本课程主要内容是以帕森斯的工作三原则为理论基础，包含探索自我性格、兴趣、技能、价值观、工作世界等。通过本课程学习使学生了解职业生涯规划的具体内涵，通过清晰、多视角地认识自我世界和外部世界，初步形成职业目标，做好职业准备，提升生涯决策力和生涯行动力。7.网络信息检索与利用本课程主要内容是以文献资源及管理、文献检索、文献分析、文献利用以及学术规范五个方面。通过本课程不同类型信息资源检索方法的学习，使学生能够掌握并利用网络检索技术获取经济文献和信息，并对经济文献和信息进行研究、吸收与转化，培养学生的信息检索能力、信息运用能力，提升学生的论文写作水平。8.全国统一命题考试课程（略）。9.实践性学习环节课程（按主考学校要求执行）。**六、实践性环节学习考核要求**1.含实践的课程及实践所占学分：网络营销与策划2学分，市场信息与调研2学分。2.毕业论文。凡理论考试与实践环节考核两部分相结合的课程为一门课程，考生必须取得两个部分的合格成绩方能获得该门课程的学分。**七、其他必要的说明**报考本专业的考生要求具有专科或即将取得专科层次学历，具有经济学、管理学等本专业所需的基础知识。 |

# 市场营销（专升本）专业课程设置与学分

 学历层次：专升本 专业代码：120202

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课码 | 课程名称 | 学分 | 备注 |
| 1 | 00098 | 国际市场营销学 | 5 |  |
| 2 | 00184 | 市场营销策划 | 5 |  |
| 3 | 00908 | 网络营销与策划 | 3 |  |
| 00909 | 网络营销与策划 （实践） | 2 |  |
| 4 | 04184 | 线性代数 （经管类） | 4 |  |
| 5 | 13000 | 英语 （专升本） | 7 |  |
| 6 | 13683 | 管理学原理 （中级） | 6 |  |
| 7 | 13887 | 经济学原理 （中级） | 6 |  |
| 8 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 |  |
| 9 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 |  |
| 10 | 03601 | 服务营销学 | 5 |  |
| 11 | 03645 | 市场信息与调研 | 4 |  |
| 03646 | 市场信息与调研 （实践） | 2 |  |
| 12 | 09184 | 营销渠道决策与管理 | 4 |  |
| 13 | 14159 | 商业伦理与企业社会责任 | 6 |  |
| 14 | 14443 | 消费者行为学 | 6 |  |
| 15 | 06385 | 网络信息检索与利用 | 4 | 不考英语（专升本）的加考课程 |
| 16 | 11715 | 职业生涯发展与规划 | 6 |
| 17 | 00000 | 毕业考核（或论文\综合实践\实验\实习等） | 10 |  |
| 合 计 | 81学分 |

# 市场营销（专升本）专业考试计划对应衔接表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 旧计划课程 | 新计划课程 | 备注 |
| 市场营销（专升本）， Y020208 | 市场营销（专升本） ，W120202 |
| 序号 | 课码 | 课程名称 | 学分 | 序号 | 课码 | 课程名称 | 学分 |  |
| 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 对应顶替 |
| 2 | 00186 | 国际商务谈判 | 5 | 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 |
| 3 | 00015 | 英语 （二） | 14 | 3 | 13000 | 英语 （专升本） | 7 |
| 4 | 00098 | 国际市场营销学 | 5 | 4 | 00098 | 国际市场营销学 | 5 |
| 5 | 00149 | 国际贸易理论与实务 | 6 | 5 | 00908 | 网络营销与策划 | 3 |
| 00909 | 网络营销与策划（实践） | 2 |
| 6 | 00183 | 消费经济学 | 4 | 6 | 13887 | 经济学原理（中级） | 6 |
| 7 | 00150 | 金融理论与实务 | 6 | 7 | 14443 | 消费者行为学 | 6 |
| 8 | 00051 | 管理系统中计算机应用 | 4 | 8 | 13683 | 管理学原理（中级） | 6 |
| 9 | 04184 | 线性代数（经管类） | 4 | 9 | 04184 | 线性代数（经管类） | 4 |
| 10 | 00184 | 市场营销策划 | 5 | 10 | 00184 | 市场营销策划 | 5 |
| 11 | 04183 | 概率论与数理统计（经管类） | 5 | 11 | 09184 | 营销渠道决策与管理 | 4 | 选择顶替 |
| 12 | 00185 | 商品流通概论 | 5 | 12 | 14159 | 商业伦理与企业社会责任 | 6 |
| 13 | 00055 | 企业会计学 | 6 | 13 | 03601 | 服务营销学 | 5 |
|  |  |  |  | 14 | 03645 | 市场信息与调研 | 4 |
| 03646 | 市场信息与调研（实践） | 2 |
| 说明：1.只能用已取得合格成绩的旧计划课程顶替新计划课程，不能逆向顶替。2.1个序号为1门完整课程，1门课程只能选择一种顶替办法，不能重复使用。3.对应顶替区课程，同一行1门课程顶替1门课程，不能顶替其他课程。4.选择顶替区课程，旧计划任选1门课程顶替新计划任意1门课程。 |

# 市场营销（专升本）专业考试计划对应衔接表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 旧计划课程 | 新计划课程 | 备注 |
| 销售管理（专升本），Y020314 | 市场营销（专升本），W120202 |
| 序号 | 课码 | 课程名称 | 学分 | 序号 | 课码 | 课程名称 | 学分 |  |
| 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 | 对应顶替 |
| 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 | 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 |
| 3 | 00015 | 英语（二） | 14 | 3 | 13000 | 英语（专升本） | 7 |
| 4 | 00102 | 世界市场行情 | 4 | 4 | 00098 | 国际市场营销学 | 5 |
| 5 | 00067 | 财务管理学 | 6 | 5 | 04184 | 线性代数（经管类） | 4 |
| 6 | 03291 | 人际关系学 | 6 | 6 | 13887 | 经济学原理（中级） | 6 |
| 7 | 00186 | 国际商务谈判 | 5 | 7 | 13683 | 管理学原理（中级） | 6 |
| 8 | 00184 | 市场营销策划 | 5 | 8 | 00184 | 市场营销策划 | 5 |
| 9 | 00151 | 企业经营战略 | 6 | 9 | 00908 | 网络营销与策划 | 3 | 选择顶替 |
| 00909 | 网络营销与策划（实践） | 2 |
| 10 | 00043 | 经济法概论（财经类） | 4 | 10 | 14443 | 消费者行为学 | 6 |
| 11 | 00149 | 国际贸易理论与实务 | 6 | 11 | 09184 | 营销渠道决策与管理 | 4 |
| 12 | 00051 | 管理系统中计算机应用 | 4 | 12 | 14159 | 商业伦理与企业社会责任 | 6 |
| 13 | 10511 | 销售团队管理 | 6 | 13 | 03645 | 市场信息与调研 | 4 |
|  |  |  |  | 03646 | 市场信息与调研（实践） | 2 |
|  |  |  |  | 14 | 03601 | 服务营销学 | 5 |
| 说明：1.只能用已取得合格成绩的旧计划课程顶替新计划课程，不能逆向顶替。2.1个序号为1门完整课程，1门课程只能选择一种顶替办法，不能重复使用。3.对应顶替区课程，同一行1门课程顶替1门课程，不能顶替其他课程。4.选择顶替区课程，旧计划任选1门课程顶替新计划任意1门课程。 |

市场营销（专升本）专业教材明细表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 专业代码 | 专业名称 | 层次 | 课程代码 | 课程名称 | 教材名称 | 教材主编 | 教材出版社 | 版次 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 00098 | 国际市场营销学 | 国际市场营销学 | 张静中、许娟娟 | 外语教学与研究出版社 | 2012年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 00184 | 市场营销策划 | 市场营销策划 | 毕克贵 | 中国人民大学出版社 | 2019年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 00908 | 网络营销与策划 | 网络营销与策划 | 秦良娟 | 中国人民大学出版社 | 2018年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 00909 | 网络营销与策划（实践） | 无 | 无 | 无 | 无 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 04184 | 线性代数（经管类） | 线性代数（经管类） | 刘吉佑、刘志学 | 北京大学出版社 | 2023年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 13000 | 英语（专升本） | 英语（二）自学教程 | 张敬源、张虹 | 外语教学与研究出版社 | 2012年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 13683 | 管理学原理（中级） | 管理学原理（中级） | 白瑷峥 | 中国人民大学出版社 | 2023年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 13887 | 经济学原理（中级） | 经济学原理（中级） | 于春海 | 中国人民大学出版社 | 2024年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 中国近现代史纲要自学考试学习读本 | 李捷、王顺生 | 高等教育出版社 | 2018年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 马克思主义基本原理概论自学考试学习读本 | 卫兴华、赵家祥 | 北京大学出版社 | 2018年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 03601 | 服务营销学 | 服务营销 | 王永贵 | 清华大学出版社 | 2023年第二版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 03645 | 市场信息与调研 | 市场调查与分析 | 张灿鹏 | 清华大学出版社 | 2021年第三版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 03646 | 市场信息与调研（实践） | 无 | 无 | 无 | 无 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 09184 | 营销渠道决策与管理 | 营销渠道管理 | 张闯 | 清华大学出版社 | 2020年第二版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 14159 | 商业伦理与企业社会责任 | 企业伦理与社会责任 | 高勇强 | 清华大学出版社 | 2021年版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 14443 | 消费者行为学 | 消费者行为学 | 符国群 | 高等教育出版社 | 2021年第四版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 06385 | 网络信息检索与利用 | 信息检索 | 黄如花 | 武汉大学出版社 | 2019年第三版 |
| 120202 | 市场营销 | 专升本 | 11715 | 职业生涯发展与规划 | 大学生职业生涯发展与规划 | 钟谷兰 | 华东师范大学出版社 | 2016年版第二版 |