

49 市场营销

一、培养目标

本专业立足江西，辐射周边地区，培养“宽口径、厚基础、高素质、强能力、重应用”、德、智、体全面发展的人才，培养具备市场营销、企业管理、经济、法律等方面知识与能力，具有较强实际推销能力、策划能力、谈判能力、沟通能力、学习能力和创新创业能力，能够胜任中小企业及事业单位专业市场开发与调研、销售管理与商务谈判、市场营销策划、组织与管理以及市场营销教学、科研方面工作的中高级应用型营销专门人才。

二、培养要求

1. 拥护和坚持党的路线、方针和政策；敬业爱岗、遵纪守法；具有良好的思想品德、社会公德和职业道德；

2. 掌握现代市场营销及管理经济学的基本原理和基本理论知识和技能，掌握科学的市场营销方法和市场营销技巧，熟悉我国市场营销环境及有关营销管理的政策法规；了解国际市场营销惯例和规则；

3. 具有较强的语言与文字表达、人际沟通、商务谈判以及分析和解决营销实际问题的基本能力；了解本学科的理论前沿、发展动态及发展趋势，掌握比较扎实的计算机应用基础知识和能力及熟练的外语能力。

三、学制与学位

学制4年，管理学学士。

四、专业核心课程

政治经济学、管理学、经济数学、微观经济学、宏观经济学、概率论与数理统计、市场营销学、消费者行为学、服务营销、战略管理、会计学、统计学、公共关系学、市场调查与预测、商务谈判与推销技巧、广告学、管理信息系统、企业商战沙盘模拟、市场营销策划、销售管理、品牌管理、项目管理、物流管理、人力资源管理、营销风险管理。

五、主要实践教学环节

专业见习/考察、专业实习、毕业论文/设计、实验室仿真模拟、大学生创新实践及社会实践等。

六、办学条件

师资队伍：经过多年的发展，本专业已经拥有了一支年龄、职称、学历和专业结构合理、治学严谨、富有敬业精神和团队合作精神、经验丰富、综合素质好、具有较高的教学、科研能力和发展潜力的师资队伍。目前共有专职教师 10 人，拥有正高职称 1 人，副高职称 3 人，讲师 3 人，助教 3 人，其中博士 2 人，在读博士 1 人，硕士 7 人，其中具有高级专业技术职称的教师占教师总数的 40%，100% 具有硕士研究生以上学历教师。

实验室和仪器设备：学院建有市场营销实验室，拥有计算机 50 台，并配备企业商战沙盘模拟等多种模拟教学试验软件。

图书资料：拥有本专业相关中文图书 20 万册，外文图书 3000 余册，年鉴 20 册，光盘 50 余张，中文期刊 30 余种，外文期刊 20 种。

七、办学历史及主要成就

办学历史：市场营销专业设立于 2005 年，经过几年的建设和发展，本专业已经进入稳定发展阶段。迄今为止，本专业已有五届毕业生，毕业生总人数共 292 人，其中 2009 届为 23 人，2010 届为 32 人，2011 届为 45 人，2012 届为 25 人，2013 届为 47 人，2014 届为 41 人，2015 届为 39 人，2016 届为 40 人。目前共有四届在校生，在校生总人数共 150 人，其中 2013 级学生 30 人，2014 级学生 47 人，2015 级学生 30 人，2016 级学生 43 人。

办学主要成就：在全体师生的共同努力下，本专业学生的综合素养得到全面提升，取得了良好的办学成效。本专业每年均有学生考上相关专业的硕士研究生，有的考上公务员、村官及事业编制人员，毕业生能紧密结合专业优势及市场需求，选择本省就近就业，服务地方经济社会发展，或

者选择沿海发达地区如上海、浙江、广东等工商企业工作。毕业生总体就业质量不断提高，就业率逐年上升，每届毕业生就业率均在 95% 以上。