

## 市场营销（2020级人才培养方案）Marketing

### 1. 培养目标

市场营销专业以“立德树人、创新培养、学教融合、协同育人”为理念，按照“以人为本、德育为先、能力为重、全面发展”的总体要求，坚持通才教育与专才教育并举，以“厚基础、宽口径、精专业、强能力、创新型”为人才培养目标，培养德、智、体、美、劳全面发展，具备扎实经济学、管理学理论基础，熟练掌握现代市场营销理论，具有市场调查研究、预测、决策和营销管理实践操作能力，能在企事业单位从事营销与管理，尤其在农产品与食品营销管理领域具有专长的高素质复合应用型人才。

### 2. 培养要求

本专业要求学生热爱祖国，有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感，身心健康，学生主要学习市场营销及管理方面的基本理论和基本知识，接受营销方法与技巧方面的基本训练，具备分析和解决营销问题的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

- （1）掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；
- （2）掌握市场营销的定性、定量分析方法；
- （3）加强演讲与口才及写作等基本能力的训练，具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力；
- （4）熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解本学科的发展动态；
- （5）掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力；
- （6）具有较强的计算机和外语应用能力。较熟练地掌握计算机基本知识和基本技能，熟练地掌握一门外语，具有较强的听、说、读、写、译等方面的能力。

### 3. 主干学科

管理学、经济学、工商管理

### 4. 专业核心主干课

市场营销学、市场调查与预测、消费者行为学、推销学、管理信息系统、投资项目评估、人力资源管理、战略管理、财务会计学

### 5. 主要实践性教学环节

市场营销模拟实习、市场营销专业实习、ERP 沙盘模拟实习、市场营销论文写作实习

### 6. 专业方向

企业营销与管理、公共服务营销与管理

### 7. 修业年限

基本修业年限 4 年，可提前 1 年或延迟 2 年毕业。

### 8. 授予学位

管理学学士

### 9. 具体学分要求

课程平台	必修课	限选课	选修课	实践教学环节	总计
公共课	32	4	13.5	32	165
学科基础课	29.5	8			
专业基础课	17	8			
专业课	13	8			
小计	91.5	28	13.5		

### 10. 各学期学分分配表

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	合计
必修课	20.5	20	17	13	11.5	8	2.5	0	92.5
实践教学环节	1.3	0.3	1.2	3.2	2	4	4	16	32
限选课	1	4.5	0	9.5	18	14	8.5	0	55.5
合计	22.3	24.8	18.2	25.7	31.5	26	15	16	180

### 11. 全学程周历安排

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★			⊙					√	√							/:	:	=	=
二					⊙														/:	:	=
三					⊙											:	/:	:	○	=	=
四					⊙												:	○	○	○	=
五																/:	:	○	○	=	=
六																/:	○	○	○	○	=
七															:	○	○	○	○	=	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	//	//	//	//	//	//	//	//			

符号说明：□理论教学    ⊙教学实习    ×生产实习    ⊙课程设计    ⊕科研实践    /半周分隔线  
 //毕业设计    //论文答辩    Δ毕业教育    : 考试    =假期    ★军训    √劳动

## 12. 课程设置与教学进程

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
公共课	公共必修课	901130604	高级语言程序设计	3	48	32	16	一	32
		903040201	军事理论	1	34	24	10	一	
		902010105	大学外语 I	4	64	64	0	一	
		902010106	大学外语 II	4	64	64	0	二	
		902020501	中国近现代史纲要	3	48	40	8	二	
		902020207	思想道德修养与法律基础	3	48	40	8	一	
		902020202	形势与政策 II	0.5	8	8	0	二	
		902020201	形势与政策 I	0.5	8	8	0	一	
		902020103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	5	80	72	8	三	
		902020203	形势与政策 III	0.5	8	8	0	三	
		902020301	马克思主义基本原理概论	3	48	40	8	四	
		902020204	形势与政策 IV	0.5	8	8	0	四	
		902030102	体育 II	1	28	2	24	二	
		902030101	体育 I	1	28	2	26	一	
		902030103	体育 III	1	28	2	26	三	
		902030104	体育 IV	1	28	4	24	四	
	公共限选课	903030061	专业教育与社会需求 (管理类)	1	16	16	0	二	4
		903040102	大学生就业创业指导 II	0.5	6	6	0	七	
		903040101	大学生就业创业指导 I	1	14	14	0	六	
		903040301	心理健康教育	2	32	32	0	二	
		903060101	健康教育学	1	16	16	0	一	
		903020101	信息检索与利用	2	32	32	0	六	
		902020403	大学语文	2	32	32	0	二	
		903070101	创新思维和创新方法	1	16	16	0	四	
		903070102	创业基础	1.5	24	24	0	五	
		903070103	创新能力训练	1	16	16	0	六	
	公共选修课 (A类)	901040143	环境与生态	2	32	32	0	四	
901130602		大学信息技术基础	2.5	40	16	24	二		
902010107		雅思基础	4	64	64	0	三、四		
902010108		托福基础	4	64	64	0	三、四		

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
		902010109	GRE 基础	4	64	64	0	三、四	
		902010115	大学拓展英语	3	48	48	0	三、四	
		902010116	大学中级英语	3	48	48	0	三、四	
		902010112	大学高级英语	3	48	48	0	三、四	
		902010113	商务英语	2	32	32	0	三、四	
		902010114	英语公共演讲	2	32	32	0	三、四	
学科基础课	学科基础必修课	901090530	微观经济学	3	48	48	0	二	29.5
		901090349	会计学基础（I）	3.5	56	40	16	二	
		901090148	管理学（I）	3	48	48	0	一	
		901090531	应用统计学	2.5	40	40	0	三	
		901090506	宏观经济学	3	48	48	0	三	
		901090509	计量经济学（II）	2.5	40	40	0	四	
		902040107	概率论与数理统计（II）	3.5	56	56	0	二	
		902040113	高等数学（II）II	1.5	24	24	0	二	
		902040112	高等数学（II）I	5	80	80	0	一	
		902040136	线性代数	2	32	32	0	三	
	学科基础限选课	901090503	管理经济学	2	32	32	0	五	8
		901090526	农业经济学（II）	2	32	32	0	五	
		901090108	经济运筹学（II）	2	32	32	0	六	
		901090541	统计分析	1	16	16	0	五	
901090536		产业经济学（II）	2	32	32	0	六		
901090230		商务谈判	2	32	32	0	五		
专业基础课	专业基础必修课	901090222	经济法（I）	2.5	40	40	0	五	17
		901090124	投资项目评估（I）	3	48	48	0	五	
		901090203	电子商务与网上营销	2.5	40	40	0	六	
		901090306	财务会计学（I）	3	48	48	0	三	
		901090504	管理信息系统（I）	2.5	40	40	0	四	
		901090139	市场营销学（I）	3.5	56	56	0	四	
	专业基础限选课	901090416	金融学（II）	2	32	32	0	四	8
		901090132	营销策划	2	32	32	0	五	
		901090106	国际市场营销	2	32	32	0	七	
		901090319	会计电算化（II）	2	40	0	40	七	
901090304		财务管理学（II）	2.5	40	40	0	四		

课程类别	课程性质		课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求		
							理论	实验				
专业类	专业必修课		901090137	组织行为学	2	32	32	0	四			
			901090119	商务礼仪	2	32	32	0	四			
			901090117	人力资源管理（I）	2.5	40	40	0	七		13	
	901090128	消费者行为学	2.5	40	40	0	五					
	901090140	市场调查与预测	3	48	48	0	五					
	901090134	战略管理（I）	2.5	40	40	0	六					
	901090126	推销学	2.5	40	40	0	六					
	专业限选课	公共 管理	服务 营销 与	901090109	客户关系管理	2	32	32	0	六	8	
				901090116	企业文化与 CIS 策划	2	32	32	0	五		
				901090129	行政管理学	2	32	32	0	六		
				901090102	服务市场营销	2	32	32	0	七		
		企业 营销 与 管理	901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	8		
			901090127	物流与供应链管理	2	32	32	0	五			
			901090105	广告学	2	32	32	0	五			
			901090120	生产作业管理	2	32	32	0	七			
		专业选修课			901090617	旅游学概论	2	32	32	0	七	
					901090110	农产品营销学	2	32	32	0	五	
					901090136	专业英语（营销）	2	32	32	0	五	
					901090212	国际贸易	2	32	32	0	五	
	901090310				成本会计（II）	2	32	32	0	五		
	901090131				演讲与口才	2	32	32	0	六		
	901090115				企业管理前沿	2	32	32	0	七		
	901090325				家庭财务规划	2	32	32	0	六		
	901090428				证券投资学（II）	2	32	32	0	六		
	901090348				税法与纳税会计	2	32	32	0	六		
	901090149				创业管理	2	32	32	0	六		
	901090402				保险学（II）	2	32	32	0	三		
901090250	英语听说（营销）	2	32	32	0	四						
实践教学环节	实践教学必修课		911090113	市场营销论文写作实习	4	4周			七	32		
			911090101	毕业论文（营销）	6	6周			八			
			911090102	毕业实习（营销）	10	10周			八			
			911090112	ERP 沙盘模拟实习	2	2周			五			
			911090114	市场营销专业实习	4	4周			六			

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
		911090305	会计模拟实习	1	1周			三	
		911090115	市场营销模拟实习	3	3周			四	
		913040202	入学教育及军训	1	2周			一	
		903032002	劳动	0	2周			一	
		903032001	毕业教育	0	1周			八	
		903050102	社会实践Ⅱ	0.3	1周			二	
		903050101	社会实践Ⅰ	0.3	1周			一	
		903050103	社会实践Ⅲ	0.2	1周			三	
		903050104	社会实践Ⅳ	0.2	1周			四	

# 市场营销（2019级人才培养方案）

## Marketing

### 1. 培养目标

市场营销专业以“立德树人、创新培养、学教融合、协同育人”为理念，按照“以人为本、德育为先、能力为重、全面发展”的总体要求，坚持通才教育与专才教育并举，以“厚基础、宽口径、精专业、强能力、创新型”为人才培养目标，培养德、智、体、美、劳全面发展，具备扎实经济学、管理学理论基础，熟练掌握现代市场营销理论，具有市场调查研究、预测、决策和营销管理实践操作能力，能在企事业单位从事营销与管理，尤其在农产品与食品营销管理领域具有专长的高素质复合应用型人才。

### 2. 培养要求

本专业要求学生热爱祖国，有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感，身心健康，学生主要学习市场营销及管理方面的基本理论和基本知识，接受营销方法与技巧方面的基本训练，具备分析和解决营销问题的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

- (1) 掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；
- (2) 掌握市场营销的定性、定量分析方法；
- (3) 加强演讲与口才及写作等基本能力的训练，具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力；
- (4) 熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解本学科的发展动态；
- (5) 掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力；
- (6) 具有较强的计算机和外语应用能力。较熟练地掌握计算机基本知识和基本技能，熟练地掌握一门外语，具有较强的听、说、读、写、译等方面的能力。

### 3. 主干学科

管理学、经济学、工商管理

### 4. 专业核心主干课

市场营销学、市场调查与预测、消费者行为学、推销学、管理信息系统、投资项目评估、人力资源管理、战略管理、财务会计学

### 5. 主要实践性教学环节

市场营销模拟实习、市场营销专业实习、ERP 沙盘模拟实习、市场营销论文写作实习

### 6. 专业方向

企业营销与管理、公共服务营销与管理

### 7. 修业年限

基本修业年限 4 年，可提前 1 年或延迟 2 年毕业。

### 8. 授予学位

管理学学士

### 9. 具体学分要求

课程平台	必修课	限选课	选修课	实践教学环节	总计
公共课	32	4	13.5	32	165
学科基础课	29.5	8			
专业基础课	17	8			
专业课	13	8			
小计	91.5	28	13.5		

### 10. 各学期学分分配表

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	合计
必修课	20.5	20	17	13	11.5	8	2.5	0	92.5
实践教学环节	1.3	0.3	1.2	3.2	2	4	4	16	32
限选课	1	4.5	0	9.5	18	14	8.5	0	55.5
合计	22.3	24.8	18.2	25.7	31.5	26	15	16	180

### 11. 全学程周历安排

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★			○					√	√							/:	:	=	=
二					○													/:	:	=	=
三					○											:	/:	:	○	=	=
四					○												:	○	○	○	=
五																/:	:	○	○	=	=
六																/:	○	○	○	○	=
七																:	○	○	○	○	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	//	//	//	//	//	//	//	//			

符号说明：□理论教学    ○教学实习    ×生产实习    ⊙课程设计    ⊕科研实践    /半周分隔线  
 //毕业设计    //论文答辩    Δ毕业教育    : 考试    =假期    ★军训    √劳动

12. 课程设置与教学进程

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
公共课	公共必修课	901130604	高级语言程序设计	3	48	32	16	一	32
		903040201	军事理论	1	34	24	10	一	
		902010105	大学外语 I	4	64	64	0	一	
		902010106	大学外语 II	4	64	64	0	二	
		902020501	中国近现代史纲要	3	48	40	8	二	
		902020207	思想道德修养与法律基础	3	48	40	8	一	
		902020202	形势与政策 II	0.5	8	8	0	二	
		902020201	形势与政策 I	0.5	8	8	0	一	
		902020103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	5	80	72	8	三	
		902020203	形势与政策 III	0.5	8	8	0	三	
		902020301	马克思主义基本原理概论	3	48	40	8	四	
		902020204	形势与政策 IV	0.5	8	8	0	四	
		902030102	体育 II	1	28	2	24	二	
		902030101	体育 I	1	28	2	26	一	
		902030103	体育 III	1	28	2	26	三	
	902030104	体育 IV	1	28	4	24	四		
	公共限选课	903030061	专业教育与社会需求 (管理类)	1	16	16	0	二	4
		903040102	大学生就业创业指导 II	0.5	6	6	0	七	
		903040101	大学生就业创业指导 I	1	14	14	0	六	
		903040301	心理健康教育	2	32	32	0	二	
		903060101	健康教育学	1	16	16	0	一	
		903020101	信息检索与利用	2	32	32	0	六	
		902020401	应用写作	1.5	24	24	0	二	
		902020402	国学精粹	1.5	24	24	0	五	
		903070101	创新思维和创新方法	1	16	16	0	四	
		903070102	创业基础	1.5	24	24	0	五	
		903070103	创新能力训练	1	16	16	0	六	
公共选修课 (A类)	901040143	环境与生态	2	32	32	0	四		
	901130602	大学计算机基础	2.5	40	16	24	二		
	902010107	雅思基础	4	64	64	0	三、四		

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
		902010108	托福基础	4	64	64	0	三、四	
		902010109	GRE 基础	4	64	64	0	三、四	
		902010115	大学拓展英语	3	48	48	0	三、四	
		902010116	大学中级英语	3	48	48	0	三、四	
		902010112	大学高级英语	3	48	48	0	三、四	
		902010113	商务英语	2	32	32	0	三、四	
		902010114	英语公共演讲	2	32	32	0	三、四	
学科基础课	学科基础必修课	901090530	微观经济学	3	48	48	0	二	29.5
		901090349	会计学基础（I）	3.5	56	40	16	二	
		901090148	管理学（I）	3	48	48	0	一	
		901090531	应用统计学	2.5	40	40	0	三	
		901090506	宏观经济学	3	48	48	0	三	
		901090509	计量经济学（II）	2.5	40	40	0	四	
		902040107	概率论与数理统计（II）	3.5	56	56	0	二	
		902040113	高等数学（II）II	1.5	24	24	0	二	
		902040112	高等数学（II）I	5	80	80	0	一	
		902040136	线性代数	2	32	32	0	三	
	学科基础限选课	901090503	管理经济学	2	32	32	0	五	8
		901090526	农业经济学（II）	2	32	32	0	五	
		901090108	经济运筹学（II）	2	32	32	0	六	
901090541		统计分析	1	16	16	0	五		
901090536		产业经济学（II）	2	32	32	0	六		
901090230		商务谈判	2	32	32	0	五		
专业基础课	专业基础必修课	901090222	经济法（I）	2.5	40	40	0	五	17
		901090124	投资项目评估（I）	3	48	48	0	五	
		901090203	电子商务与网上营销	2.5	40	40	0	六	
		901090306	财务会计学（I）	3	48	48	0	三	
		901090504	管理信息系统（I）	2.5	40	40	0	四	
		901090139	市场营销学（I）	3.5	56	56	0	四	
	专业基础限选课	901090416	金融学（II）	2	32	32	0	四	8
		901090132	营销策划	2	32	32	0	五	
		901090106	国际市场营销	2	32	32	0	七	
		901090319	会计电算化（II）	2	40	0	40	七	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求		
						理论	实验				
专业课		901090304	财务管理学（Ⅱ）	2.5	40	40	0	四			
		901090137	组织行为学	2	32	32	0	四			
		901090119	商务礼仪	2	32	32	0	四			
	专业必修课		901090117	人力资源管理（Ⅰ）	2.5	40	40	0	七	13	
			901090128	消费者行为学	2.5	40	40	0	五		
			901090140	市场调查与预测	3	48	48	0	五		
			901090134	战略管理（Ⅰ）	2.5	40	40	0	六		
			901090126	推销学	2.5	40	40	0	六		
	专业限选课	专业技术型	公共 服务 营销 与 管理	901090109	客户关系管理	2	32	32	0	六	8
				901090116	企业文化与 CIS 策划	2	32	32	0	五	
				901090129	行政管理学	2	32	32	0	六	
				901090102	服务市场营销	2	32	32	0	七	
	专业选修课		企业 营 销 与 管 理	901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	8
				901090127	物流与供应链管理	2	32	32	0	五	
				901090105	广告学	2	32	32	0	五	
				901090120	生产作业管理	2	32	32	0	七	
				901090617	旅游学概论	2	32	32	0	七	
				901090110	农产品营销学	2	32	32	0	五	
				901090136	专业英语（营销）	2	32	32	0	五	
				901090212	国际贸易	2	32	32	0	五	
				901090310	成本会计（Ⅱ）	2	32	32	0	五	
				901090131	演讲与口才	2	32	32	0	六	
				901090115	企业管理前沿	2	32	32	0	七	
901090325				家庭财务规划	2	32	32	0	六		
901090428	证券投资学（Ⅱ）	2	32	32	0	六					
901090348	税法与纳税会计	2	32	32	0	六					
901090149	创业管理	2	32	32	0	六					
901090402	保险学（Ⅱ）	2	32	32	0	三					
901090250	英语听说（营销）	2	32	32	0	四					
实践教学环节	实践教学必修课	911090113	市场营销论文写作实习	4	4周			七	32		
		911090101	毕业论文（营销）	6	6周			八			
		911090102	毕业实习（营销）	10	10周			八			
		911090112	ERP 沙盘模拟实习	2	2周			五			

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
		911090114	市场营销专业实习	4	4周			六	
		911090305	会计模拟实习	1	1周			三	
		911090115	市场营销模拟实习	3	3周			四	
		913040202	入学教育及军训	1	2周			一	
		903032002	劳动	0	2周			一	
		903032001	毕业教育	0	1周			八	
		903050102	社会实践II	0.3	1周			二	
		903050101	社会实践I	0.3	1周			一	
		903050103	社会实践III	0.2	1周			三	
		903050104	社会实践IV	0.2	1周			四	

## 市场营销（2018级人才培养方案）

### Marketing

#### 1. 培养目标

市场营销专业以“立德树人、创新培养、学教融合、协同育人”为理念，按照“以人为本、德育为先、能力为重、全面发展”的总体要求，坚持通才教育与专才教育并举，以“厚基础、宽口径、精专业、强能力、创新型”为人才培养目标，培养德、智、体、美全面发展，具备扎实经济学、管理学理论基础，熟练掌握现代市场营销理论，具有市场调查研究、预测、决策和营销管理实践操作能力，能在企事业单位从事营销与管理，尤其在农产品与食品营销管理领域具有专长的高素质复合应用型人才。

#### 2. 培养要求

本专业要求学生热爱祖国，有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感，身心健康，学生主要学习市场营销及管理方面的基本理论和基本知识，接受营销方法与技巧方面的基本训练，具备分析和解决营销问题的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

- （1）掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识；
- （2）掌握市场营销的定性、定量分析方法；
- （3）加强演讲与口才及写作等基本能力的训练，具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力；
- （4）熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解本学科的发展动态；
- （5）掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力；
- （6）具有较强的计算机和外语应用能力。较熟练地掌握计算机基本知识和基本技能，熟练地掌握一门外语，具有较强的听、说、读、写、译等方面的能力。

#### 3. 主干学科

管理学、经济学、工商管理

#### 4. 专业核心主干课

市场营销学、市场调查与预测、消费者行为学、推销学、管理信息系统、投资项目评估、人力资源管理、战略管理、财务会计学

#### 5. 主要实践性教学环节

市场营销模拟实习、市场营销专业实习、ERP 沙盘模拟实习、市场营销论文写作实习

#### 6. 专业方向

企业营销与管理、公共服务营销与管理

### 7. 修业年限

基本修业年限 4 年，可提前 1 年或延迟 2 年毕业。

### 8. 授予学位

管理学学士

### 9. 具体学分要求

课程平台	必修课	限选课	选修课	实践教学环节	总计
公共课	33	4	12.5	32	165
学科基础课	29.5	8			
专业基础课	17	8			
专业课	13	8			
小计	92.5	28	12.5		

### 10. 各学期学分分配表

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	合计
必修课	20.5	20	17	13	11.5	8	2.5	0	92.5
实践教学环节	1.3	0.3	1.2	3.2	2	4	4	16	32
限选课	1	4.5	0	9.5	18	14	8.5	0	55.5
合计	22.3	24.8	18.2	25.7	31.5	26	15	16	180

### 11. 全学程周历安排

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★			⊙					√	√							/:	:	=	=
二					⊙													/:	:	=	=
三					⊙											:	/:	:	⊙	=	=
四					⊙												:	⊙	⊙	⊙	=
五																/:	:	⊙	⊙	=	=
六																/:	⊙	⊙	⊙	⊙	=
七															:	⊙	⊙	⊙	⊙	=	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	//	//	//	//	//	//	//	//			

符号说明：□理论教学    ⊙教学实习    ×生产实习    ⊙课程设计    ⊕科研实践    /半周分隔线  
 //毕业设计    // 论文答辩    Δ毕业教育    : 考试    =假期    ★军训    √劳动

12. 课程设置与教学进程

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求	
						理论	实验			
公共课	公共必修课	901130604	高级语言程序设计	3	48	32	16	一	33	
		903040201	军事理论	1	34	24	10	一		
		902010105	大学外语 I	4	64	64	0	一		
		902010106	大学外语 II	4	64	64	0	二		
		902020501	中国近现代史纲要	3	48	40	8	二		
		902020207	思想道德修养与法律基础	3	48	40	8	一		
		902020202	形势与政策 II	0.5	8	8	0	二		
		902020201	形势与政策 I	0.5	8	8	0	一		
		902020205	形势与政策 V	0.5	8	8	0	五		
		902020206	形势与政策 VI	0.5	8	8	0	六		
		902020103	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	5	80	72	8	三		
		902020203	形势与政策 III	0.5	8	8	0	三		
		902020301	马克思主义基本原理概论	3	48	40	8	四		
		902020204	形势与政策 IV	0.5	8	8	0	四		
		902030102	体育 II	1	28	2	24	二		
		902030101	体育 I	1	28	2	26	一		
		902030103	体育 III	1	28	2	26	三		
	902030104	体育 IV	1	28	4	24	四			
	公共限选课	公共限选课	903030061	专业教育与社会需求（管理类）	1	16	16	0	二	4
			903040102	大学生就业创业指导 II	0.5	6	6	0	七	
903040101			大学生就业创业指导 I	1	14	14	0	六		
903040301			心理健康教育	2	32	32	0	二		
903060101			健康教育学	1	16	16	0	一		
903020101			信息检索与利用	2	32	32	0	六		
902020401			应用写作	1.5	24	24	0	二		
902020402			国学精粹	1.5	24	24	0	五		
903070101			创新思维和创新方法	1	16	16	0	四		
903070102			创业基础	1.5	24	24	0	五		
903070103			创新能力训练	1	16	16	0	六		

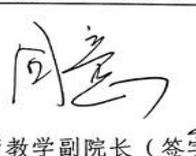
课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
公共选修课 (A类)		901040143	环境与生态	2	32	32	0	四	
		901130602	大学计算机基础	2.5	40	16	24	二	
		902010107	雅思基础	4	64	64	0	三、四	
		902010108	托福基础	4	64	64	0	三、四	
		902010109	GRE 基础	4	64	64	0	三、四	
		902010115	大学拓展英语	3	48	48	0	三、四	
		902010116	大学中级英语	3	48	48	0	三、四	
		902010112	大学高级英语	3	48	48	0	三、四	
		902010113	商务英语	2	32	32	0	三、四	
		902010114	英语公共演讲	2	32	32	0	三、四	
学科基础课	学科基础必修课	901090530	微观经济学	3	48	48	0	二	29.5
		901090349	会计学基础 ( I )	3.5	56	40	16	二	
		901090148	管理学 ( I )	3	48	48	0	一	
		901090531	应用统计学	2.5	40	40	0	三	
		901090506	宏观经济学	3	48	48	0	三	
		901090509	计量经济学 ( II )	2.5	40	40	0	四	
		902040107	概率论与数理统计 ( II )	3.5	56	56	0	二	
		902040113	高等数学 ( II ) II	1.5	24	24	0	二	
		902040112	高等数学 ( II ) I	5	80	80	0	一	
		902040136	线性代数	2	32	32	0	三	
学科基础课	学科基础限选课	901090503	管理经济学	2	32	32	0	五	8
		901090526	农业经济学 ( II )	2	32	32	0	五	
		901090108	经济运筹学 ( II )	2	32	32	0	六	
		901090541	统计分析	1	16	16	0	五	
		901090536	产业经济学 ( II )	2	32	32	0	六	
		901090230	商务谈判	2	32	32	0	五	
专业基础课	专业基础必修课	901090222	经济法 ( I )	2.5	40	40	0	五	17
		901090124	投资项目评估 ( I )	3	48	48	0	五	
		901090203	电子商务与网上营销	2.5	40	40	0	六	
		901090306	财务会计学 ( I )	3	48	48	0	三	
		901090504	管理信息系统 ( I )	2.5	40	40	0	四	
		901090139	市场营销学 ( I )	3.5	56	56	0	四	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求	
						理论	实验			
专业基础限选课		901090416	金融学（Ⅱ）	2	32	32	0	四	8	
		901090132	营销策划	2	32	32	0	五		
		901090106	国际市场营销	2	32	32	0	七		
		901090319	会计电算化（Ⅱ）	2	40	0	40	七		
		901090304	财务管理学（Ⅱ）	2.5	40	40	0	四		
		901090137	组织行为学	2	32	32	0	四		
		901090119	商务礼仪	2	32	32	0	四		
专业限选课	专业必修课		901090117	人力资源管理（Ⅰ）	2.5	40	40	0	七	13
			901090128	消费者行为学	2.5	40	40	0	五	
			901090140	市场调查与预测	3	48	48	0	五	
			901090134	战略管理（Ⅰ）	2.5	40	40	0	六	
			901090126	推销学	2.5	40	40	0	六	
	公共管理		901090109	客户关系管理	2	32	32	0	六	8
			901090116	企业文化与 CIS 策划	2	32	32	0	五	
			901090129	行政管理学	2	32	32	0	六	
			901090102	服务市场营销	2	32	32	0	七	
	企业营销与管理		901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	8
			901090127	物流与供应链管理	2	32	32	0	五	
			901090105	广告学	2	32	32	0	五	
			901090120	生产作业管理	2	32	32	0	七	
专业选修课		901090617	旅游学概论	2	32	32	0	七	8	
		901090110	农产品营销学	2	32	32	0	五		
		901090136	专业英语（营销）	2	32	32	0	五		
		901090212	国际贸易	2	32	32	0	五		
		901090310	成本会计（Ⅱ）	2	32	32	0	五		
		901090131	演讲与口才	2	32	32	0	六		
		901090115	企业管理前沿	2	32	32	0	七		
		901090325	家庭财务规划	2	32	32	0	六		
		901090428	证券投资学（Ⅱ）	2	32	32	0	六		
		901090348	税法与纳税会计	2	32	32	0	六		
		901090149	创业管理	2	32	32	0	六		
		901090402	保险学（Ⅱ）	2	32	32	0	三		
		901090250	英语听说（营销）	2	32	32	0	四		

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
实践教学环节	实践教学必修课	911090113	市场营销论文写作实习	4	4周			七	32
		911090101	毕业论文(营销)	6	6周			八	
		911090102	毕业实习(营销)	10	10周			八	
		911090112	ERP沙盘模拟实习	2	2周			五	
		911090114	市场营销专业实习	4	4周			六	
		911090305	会计模拟实习	1	1周			三	
		911090115	市场营销模拟实习	3	3周			四	
		913040202	入学教育及军训	1	2周			一	
		903032002	劳动	0	2周			一	
		903032001	毕业教育	0	1周			八	
		903050102	社会实践II	0.3	1周			二	
		903050101	社会实践I	0.3	1周			一	
		903050103	社会实践III	0.2	1周			三	
		903050104	社会实践IV	0.2	1周			四	

13. 审核意见表

沈阳农业大学本科人才培养方案审核意见表

专业名称	市场营销	专业负责人	李大兵
所在学院	经济管理学院		
方案修订参加人签名	李兵、孙明、陈迪、杨广、周盼、马海云、孙恩、李松、李春玲、史宝祥、张萍、张园、李丽、马凤林		
审核意见			
专业负责人审核意见	  专业负责人(签字): 2017年4月20日		
学院审核意见	  主管教学副院长(签字): 院长(签字): 2017年4月20日		

## 市場營銷（2017 級人才培養方案）

### Marketing

#### 1. 培養目標

本專業培養德、智、體、美全面發展，具備扎實經濟學、管理學理論基礎，熟練掌握現代市場營銷理論，具有市場調查研究、預測、決策和營銷實踐操作能力，能在企事業單位從事營銷與管理，尤其在農產品營銷管理領域具有專長的高素质創新型應用技術人才和創新型拔尖人才。

#### 2. 培養要求

本專業要求學生熱愛祖國，有為國家富強、民族昌盛而奮鬥的志向和責任感，身心健康，學生主要學習市場營銷及管理方面的基本理論和基本知識，接受營銷方法與技巧方面的基本訓練，具備分析和解決營銷問題的基本能力。

畢業生應獲得以下幾方面的知識和能力：

- （1）掌握管理學、經濟學和現代市場營銷學的基本理論、基本知識；
- （2）掌握市場營銷的定性、定量分析方法；
- （3）加強演講與口才及寫作等基本能力的訓練，具有較強的語言與文字表達、人際溝通以及分析和解決營銷實際問題的基本能力；
- （4）熟悉我國有關市場營銷的方針、政策與法規，了解本學科的發展動態；
- （5）掌握文獻檢索、資料查詢的基本方法，具有一定的科學研究和實際工作能力；
- （6）具有較強的計算機和外語应用能力。較熟練地掌握計算機基本知識和基本技能，熟練地掌握一門外語，具有較強的聽、說、讀、寫、譯等方面的能力。

#### 3. 主干學科

管理學、經濟學、工商管理。

#### 4. 專業核心主干課

市場營銷學、市場調查與預測、消費者行為學、推銷學、管理信息系統、投資項目評估、人力資源管理、戰略管理、財務會計學。

#### 5. 主要實踐性教學環節

市場營銷模擬實習、市場營銷專業實習、ERP 沙盤模擬實習、市場營銷論文寫作實習。

#### 6. 專業方向

企業營銷與管理；公共服務營銷與管理。

#### 7. 修業年限

基本修业年限 4 年，可提前 1 年或延迟 2 年毕业。

### 8. 授予学位

管理学学士。

### 9. 具体学分要求

课程平台	必修课	限选课	选修课	实践教学环节	总计
公共课	29	4	16.5	32	165
学科基础课	29.5	8			
专业基础课	17	8			
专业课	13	8			
小计	88.5	28	16.5		

### 10. 各学期学分分配表

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	合计
必修课	20	19	15	12.5	11.5	8	2.5	0	88.5
实践教学环节	1.3	0.3	1.2	3.2	2	4	4	16	32
限选课	1	4.5	0	12	18	14	8.5	0	58
合计	22.3	23.8	16.2	27.7	31.5	26	15	16	178.5

### 11. 全学程周历安排

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★			○					√	√							/:	:	=	=
二					○													/:	:	=	=
三					○											:	/:	:	○	=	=
四					○												:	○	○	○	=
五																/:	:	○	○	=	=
六																/:	○	○	○	○	=
七															:	○	○	○	○	=	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	○	○	//	//	//	//	//	//	Δ		

符号说明：□理论教学    ○教学实习    ×生产实习    ⊙课程设计    ⊕科研实践    / 半周分隔线  
 // 毕业设计    || 论文答辩    Δ毕业教育    : 考试    =假期    ★军训    √劳动

### 12. 课程设置与教学进程

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求
						理论	实验		
公共必修	公共必修	901130604	高级语言程序设计	3	48	32	16	一	29

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求			
						理論	實驗					
		903040201	軍事理論	1	34	24	10	一				
		902010105	大學外語 I	4	64	64	0	二				
		902010106	大學外語 II	4	64	64	0	一				
		902020501	中國近現代史綱要	2	32	32	0	二				
		902020207	思想道德修養與法律基礎	2.5	48	40	8	一				
		902020202	形勢與政策 II	0.5	8	8	0	二				
		902020201	形勢與政策 I	0.5	8	8	0	一				
		902020205	形勢與政策 V	0.5	8	8	0	五				
		902020206	形勢與政策 VI	0.5	8	8	0	六				
		902020103	毛澤東思想和中國特色社會主義理論體系概論	3	96	48	48	三				
		902020203	形勢與政策 III	0.5	8	8	0	三				
		902020301	馬克思主義基本原理概論	2.5	48	40	8	四				
		902020204	形勢與政策 IV	0.5	8	8	0	四				
		902030102	體育 II	1	28	2	24	二				
		902030101	體育 I	1	28	2	26	一				
		902030103	體育 III	1	28	2	26	三				
		902030104	體育 IV	1	28	4	24	四				
		公共限修課		903030061	專業教育與社會需求（管理類）	1	16	16		0	二	4
				903040102	大學生就業創業指導 II	0.5	6	6		0	七	
				903040101	大學生就業創業指導 I	1	14	14		0	六	
903040301	心理健康教育			2	32	32	0	二				
903060101	健康教育學			1	16	16	0	一				
903020101	信息檢索與利用			2	32	32	0	六				
902020401	應用寫作			1.5	24	24	0	二				
902020402	國學精粹			1.5	24	24	0	五				
903070101	創新思維和創新方法			1	16	16	0	四				
903070102	創業基礎			1.5	24	24	0	五				
903070103	創新能力訓練			1	16	16	0	六				
公共選修課（A類）		901040143	環境與生態	2	32	32	0	四				
		901130602	大學計算機基礎	2.5	40	16	24	二				
		902010107	雅思基礎	4	64	64	0	三、四				
		902010108	托福基礎	4	64	64	0	三、四				

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求	
						理論	實驗			
		902010109	GRE 基礎	4	64	64	0	三、四		
		902010115	大學拓展英語	3	48	48	0	三、四		
		902010116	大學中級英語	3	48	48	0	三、四		
		902010112	大學高級英語	2	32	32	0	三、四		
		902010113	商務英語	2	32	32	0	三、四		
		902010114	英語公共演講	2	32	32	0	三、四		
學科基礎課	學科基礎必修課	901090530	微观经济学	3	48	48	0	二	29.5	
		901090349	会计学基础（I）	3.5	56	40	16	二		
		901090148	管理学（I）	3	48	48	0	一		
		901090531	应用统计学	2.5	40	40	0	三		
		901090506	宏观经济学	3	48	48	0	三		
		901090509	计量经济学（II）	2.5	40	40	0	四		
		902040107	概率论与数理统计（II）	3.5	56	56	0	二		
		902040113	高等数学（II）II	1.5	24	24	0	二		
		902040112	高等数学（II）I	5	80	80	0	一		
	902040136	线性代数	2	32	32	0	三			
	學科基礎限修課		901090503	管理经济学	2	32	32	0	五	8
			901090526	农业经济学（II）	2	32	32	0	五	
			901090108	经济运筹学（II）	2	32	32	0	六	
			901090541	统计分析	1	16	16	0	五	
			901090536	产业经济学（II）	2	32	32	0	六	
			901090230	商务谈判	2	32	32	0	五	
	專業基礎課	專業基礎必修課	901090222	经济法（I）	2.5	40	40	0	五	17
			901090124	投资项目评估（I）	3	48	48	0	五	
901090203			电子商务与网上营销	2.5	40	40	0	六		
901090306			财务会计学（I）	3	48	48	0	三		
901090504			管理信息系统（I）	2.5	40	40	0	四		
901090139			市场营销学（I）	3.5	56	56	0	四		
專業基礎限修課			901090416	金融学（II）	2	32	32	0	四	8
			901090132	营销策划	2	32	32	0	五	
			901090106	国际市场营销	2	32	32	0	七	
			901090319	会计电算化（II）	2	40	0	40	七	
		901090304	财务管理学（II）	2.5	40	40	0	四		

课程类别	课程性质		课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配		开课学期	学分要求			
							理论	实验					
专业类	专业必修课		901090137	组织行为学	2	32	32	0	四	13			
			901090119	商务礼仪	2	32	32	0	四				
			901090117	人力资源管理（I）	2.5	40	40	0	七				
			901090128	消费者行为学	2.5	40	40	0	五				
			901090140	市场调查与预测	3	48	48	0	五				
	专业限选课		公共 服务 营销 与 管理	901090126	战略管理（I）	2.5	40	40	0	六	8		
				901090109	推销学	2.5	40	40	0	六			
				901090109	客户关系管理	2	32	32	0	六			
				901090116	企业文化与 CIS 策划	2	32	32	0	五			
				901090129	行政管理学	2	32	32	0	六			
			专业选修课		企业 营销 与 管理	901090102	服务市场营销	2	32	32	0	七	8
						901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	
						901090127	物流与供应链管理	2	32	32	0	五	
						901090105	广告学	2	32	32	0	五	
						901090120	生产作业管理	2	32	32	0	七	
	专业选修课				901090617	旅游学概论	2	32	32	0	七		
					901090110	农产品营销学	2	32	32	0	五		
					901090136	专业英语（营销）	2	32	32	0	五		
					901090212	国际贸易	2	32	32	0	五		
					901090310	成本会计（II）	2	32	32	0	五		
					901090131	演讲与口才	2	32	32	0	六		
					901090115	企业管理前沿	2	32	32	0	七		
					901090325	家庭财务规划	2	32	32	0	六		
					901090428	证券投资学（II）	2	32	32	0	六		
					901090348	税法与纳税会计	2	32	32	0	六		
					901090149	创业管理	2	32	32	0	六		
					901090402	保险学（II）	2	32	32	0	三		
901090250					英语听说（营销）	2	32	32	0	四			
实践教学环节		实践教学必修课		911090113	市场营销论文写作实习	4	4周			七	32		
				911090101	毕业论文（营销）	6	6周					八	
				911090102	毕业实习（营销）	10	10周					八	
				911090112	ERP 沙盘模拟实习	2	2周					五	
				911090114	市场营销专业实习	4	4周					六	
				911090305	会计模拟实习	1	1周					三	
				911090115	市场营销模拟实习	3	3周					四	

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
		913040202	入學教育及軍訓	1	2周			一	
		903032002	勞動	0	2周			一	
		903032001	畢業教育	0	1周			八	
		903050102	社會實踐Ⅱ	0.3	1周			二	
		903050101	社會實踐Ⅰ	0.3	1周			一	
		903050105	社會實踐Ⅴ	0	2周			八	
		903050103	社會實踐Ⅲ	0.2	1周			三	
		903050104	社會實踐Ⅳ	0.2	1周			四	

# 市場營銷（2016 級人才培養方案）

## Marketing

### 1. 培養目標

本專業培養德、智、體、美全面發展，具備扎實經濟學、管理學理論基礎，熟練掌握現代市場營銷理論，具有市場調查研究、預測、決策和營銷實踐操作能力，能在企事業單位從事營銷與管理，尤其在農產品營銷管理領域具有專長的高素质創新型應用技術人才和創新型拔尖人才。

### 2. 培養要求

本專業要求學生熱愛祖國，有為國家富強、民族昌盛而奮鬥的志向和責任感，身心健康，學生主要學習市場營銷及管理方面的基本理論和基本知識，接受營銷方法與技巧方面的基本訓練，具備分析和解決營銷問題的基本能力。

畢業生應獲得以下幾方面的知識和能力：

- （1）掌握管理學、經濟學和現代市場營銷學的基本理論、基本知識；
- （2）掌握市場營銷的定性、定量分析方法；
- （3）加強演講與口才及寫作等基本能力的訓練，具有較強的語言與文字表達、人際溝通以及分析和解決營銷實際問題的基本能力；
- （4）熟悉我國有關市場營銷的方針、政策與法規，了解本學科的發展動態；
- （5）掌握文獻檢索、資料查詢的基本方法，具有一定的科學研究和實際工作能力；
- （6）具有較強的計算機和外語应用能力。較熟練地掌握計算機基本知識和基本技能，熟練地掌握一門外語，具有較強的聽、說、讀、寫、譯等方面的能力。

### 3. 主干學科

經濟學、工商管理。

### 4. 主要課程

經濟法、投資項目評估、電子商務與網上營銷、財務會計學、管理信息系統、市場營銷學、人力資源管理、消費者行為學、市場調查與預測、戰略管理、推銷學。

### 5. 主要實踐性教學環節

市場營銷模擬實習、市場營銷專業實習、ERP 沙盤模擬實習、市場營銷論文寫作實習。

### 6. 專業方向

企業營銷與管理；公共服務營銷與管理。

### 7. 修業年限

基本修業年限 4 年，可提前 1 年或延遲 2 年畢業。

### 8. 授予學位

管理學學士。

### 9. 具體學分要求

課程平台	必修課	限修課	選修課	實踐教學環節	總計
公共課	37	6	16.5	32	175
學科基礎課	29.5	8			
專業基礎課	17	8			
專業課	13	8			
小計	96.5	30	16.5		

### 10. 全學程周曆安排

學期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★																/:	:	=	=
二					√														/:	:	=
三					√											:	/:	:	○	=	=
四																	:	/:	:	○	=
五																/:	:	○	○	=	=
六																/:	:	○	○	○	=
七															/:	:	○	○	○	=	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	//	//	//	//	//	Δ		

符號說明：理論教學    教學實習    生產實習    課程設計    科研實踐    /半周分隔線  
 //畢業設計    //論文答辯    Δ畢業教育    : 考試    =假期    ★軍訓    √勞動

### 11. 課程設置與教學進程

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
公共課	公共必修課	901130604	高級語言程序設計	3	48	32	16	一	37
		903040201	軍事理論	1	34	24	10	一	
		902010101	外語 I	4	64	64	0	二	
		902010102	外語 II	4	64	64	0	一	
		902010103	外語 III	4	64	64	0	三	
		902010104	外語 IV	4	64	64	0	四	
		902020501	中國近現代史綱要	2	32	32	0	二	
		902020207	思想道德修養與法律基礎	2.5	48	40	8	一	

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
		902020202	形勢與政策Ⅱ	0.5	8	8	0	二	
		902020201	形勢與政策Ⅰ	0.5	8	8	0	一	
		902020205	形勢與政策Ⅴ	0.5	8	8	0	五	
		902020206	形勢與政策Ⅵ	0.5	8	8	0	六	
		902020103	毛澤東思想和中國特色社會主義理論體系概論	3	96	48	48	三	
		902020203	形勢與政策Ⅲ	0.5	8	8	0	三	
		902020301	馬克思主義基本原理概論	2.5	48	40	8	四	
		902020204	形勢與政策Ⅳ	0.5	8	8	0	四	
		902030102	體育Ⅱ	1	28	2	24	二	
		902030101	體育Ⅰ	1	28	2	26	一	
		902030103	體育Ⅲ	1	28	2	26	三	
		902030104	體育Ⅳ	1	28	4	24	四	
	公共限修課	901040143	環境與生態	2	32	32	0	四	6
		903030061	專業教育與社會需求（管理類）	1	16	16	0	二	
		901130602	大學計算機基礎	2.5	40	16	24	一	
		903040102	大學生就業創業指導Ⅱ	0.5	6	6	0	七	
		903040101	大學生就業創業指導Ⅰ	1	14	14	0	六	
		903040301	心理健康教育	2	32	32	0	二	
		903060101	健康教育學	1	16	16	0	一	
		903020101	信息檢索與利用	2	32	32	0	六	
902020401		應用寫作	1.5	24	24	0	二		
902020402		國學精粹	1.5	24	24	0	五		
學科基礎課	學科基礎必修課	901090530	微觀經濟學	3	48	48	0	二	29.5
		901090349	會計學基礎（Ⅰ）	3.5	56	40	16	二	
		901090148	管理學（Ⅰ）	3	48	48	0	一	
		901090531	應用統計學	2.5	40	40	0	三	
		901090506	宏觀經濟學	3	48	48	0	三	
		901090509	計量經濟學（Ⅱ）	2.5	40	40	0	四	
		902040107	概率論與數理統計（Ⅱ）	3.5	56	56	0	二	
		902040113	高等數學（Ⅱ）Ⅱ	1.5	24	24	0	二	
		902040112	高等數學（Ⅱ）Ⅰ	5	80	80	0	一	
		902040136	線性代數	2	32	32	0	三	

課程類別	課程性質		課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求	
							理論	實驗			
學科基礎限修課			901090503	管理經濟學	2	32	32	0	五	8	
			901090526	農業經濟學(Ⅱ)	2	32	32	0	五		
			901090108	經濟籌學(Ⅱ)	2	32	32	0	六		
			901090230	商務談判	2	32	32	0	五		
專業基礎課	專業基礎必修課		901090222	經濟法(Ⅰ)	2.5	40	40	0	五	17	
			901090124	投資項目評估(Ⅰ)	3	48	48	0	五		
			901090203	電子商務與網上營銷	2.5	40	40	0	六		
			901090306	財務會計學(Ⅰ)	3	48	48	0	三		
			901090504	管理信息系統(Ⅰ)	2.5	40	40	0	四		
			901090139	市場營銷學(Ⅰ)	3.5	56	56	0	四		
	專業基礎限修課		901090416	金融學(Ⅱ)	2	32	32	0	四	8	
			901090617	旅遊學概論	2	32	32	0	五		
			901090106	國際市場營銷	2	32	32	0	七		
			901090319	會計電算化(Ⅱ)	2	40	0	40	七		
			901090304	財務管理學(Ⅱ)	2.5	40	40	0	四		
			901090137	組織行為學	2	32	32	0	四		
			901090119	商務禮儀	2	32	32	0	四		
	專業課	專業必修課		901090117	人力資源管理(Ⅰ)	2.5	40	40	0	七	13
				901090128	消費者行為學	2.5	40	40	0	五	
				901090140	市場調查與預測	3	48	48	0	五	
				901090134	戰略管理(Ⅰ)	2.5	40	40	0	六	
901090126				推銷學	2.5	40	40	0	六		
專業限修課		專業技術型	公共服務營銷與管理	901090109	客戶關係管理	2	32	32	0	六	8
				901090116	企業文化與 CIS 策劃	2	32	32	0	五	
				901090129	行政管理學	2	32	32	0	六	
				901090102	服務市場營銷	2	32	32	0	七	
			企業營銷與管理	901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	8
				901090127	物流與供應鏈管理	2	32	32	0	五	
				901090105	廣告學	2	32	32	0	五	
				901090120	生產作業管理	2	32	32	0	七	
		901090132		營銷策劃	2	32	32	0	七		
		901090110		農產品營銷學	2	32	32	0	五		
				901090136	專業英語(營銷)	2	32	32	0	五	8
				901090212	國際貿易	2	32	32	0	五	
				901090310	成本會計(Ⅱ)	2	32	32	0	五	

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
實踐教學環節	課程性質	901090536	產業經濟學（Ⅱ）	2	32	32	0	六	32
		901090115	企業管理前沿	2	32	32	0	七	
		901090325	家庭財務規劃	2	32	32	0	六	
		901090432	證券投資實務	2	32	32	0	六	
		901090348	稅法與納稅會計	2	32	32	0	六	
		901090149	創業管理	2	32	32	0	六	
		901090402	保險學（Ⅱ）	2	32	32	0	三	
		901090250	英語聽說（營銷）	2	32	32	0	四	
	實踐教學必修課	911090113	市場營銷論文寫作實習	4	4周			七	32
		911090101	畢業論文（營銷）	6	6周			八	
		911090102	畢業實習（營銷）	10	10周			八	
		911090112	ERP 沙盤模擬實習	2	2周			五	
		911090114	市場營銷專業實習	4	4周			六	
		911090305	會計模擬實習	1	1周			三	
		911090111	計算機強化實習	1	1周			四	
		911090108	市場營銷模擬實習	2	2周			四	
		913040202	入學教育及軍訓	1	2周			一	
		903032002	勞動	0	2周			一	
		903032001	畢業教育	0	1周			八	
903050102	社會實踐Ⅱ	0.3	1周			二			
903050101	社會實踐Ⅰ	0.3	1周			一			
903050105	社會實踐Ⅴ	0	2周			八			
903050103	社會實踐Ⅲ	0.2	1周			三			
903050104	社會實踐Ⅳ	0.2	1周			四			

# 市場營銷（2015 級人才培養方案）

## Marketing

### 1. 培養目標

本專業培養德、智、體、美全面發展，具備扎實經濟學、管理學理論基礎，熟練掌握現代市場營銷理論，具有市場調查研究、預測、決策和營銷實踐操作能力，能在企事業單位從事營銷與管理，尤其在農產品營銷管理領域具有專長的高素质創新型應用技術人才和創新型拔尖人才。

### 2. 培養要求

本專業要求學生熱愛祖國，有為國家富強、民族昌盛而奮鬥的志向和責任感，身心健康，學生主要學習市場營銷及管理方面的基本理論和基本知識，接受營銷方法與技巧方面的基本訓練，具備分析和解決營銷問題的基本能力。

畢業生應獲得以下幾方面的知識和能力：

- （1）掌握管理學、經濟學和現代市場營銷學的基本理論、基本知識；
- （2）掌握市場營銷的定性、定量分析方法；
- （3）加強演講與口才及寫作等基本能力的訓練，具有較強的語言與文字表達、人際溝通以及分析和解決營銷實際問題的基本能力；
- （4）熟悉我國有關市場營銷的方針、政策與法規，了解本學科的發展動態；
- （5）掌握文獻檢索、資料查詢的基本方法，具有一定的科學研究和實際工作能力；
- （6）具有較強的計算機和外語应用能力。較熟練地掌握計算機基本知識和基本技能，熟練地掌握一門外語，具有較強的聽、說、讀、寫、譯等方面的能力。

### 3. 主干學科

經濟學、工商管理。

### 4. 主要課程

經濟法、投資項目評估、電子商務與網上營銷、財務會計學、管理信息系統、市場營銷學、人力資源管理、消費者行為學、市場調查與預測、戰略管理、推銷學。

### 5. 主要實踐性教學環節

市場營銷模擬實習、市場營銷專業實習、ERP 沙盤模擬實習、市場營銷論文寫作實習。

### 6. 專業方向

企業營銷與管理；公共服務營銷與管理。

### 7. 修業年限

基本修業年限 4 年，可提前 1 年或延遲 2 年畢業。

### 8. 授予學位

管理學學士。

### 9. 具體學分要求

課程平台	必修課	限修課	選修課	實踐教學環節	總計
公共課	37	6	16.5	32	175
學科基礎課	29.5	8			
專業基礎課	17	8			
專業課	13	8			
小計	96.5	30	16.5		

### 10. 全學程周曆安排

學期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★																/:	:	=	=
二					√													/:	:	=	=
三					√											:	/:	:	○	=	=
四																	:	/:	:	○	=
五																/:	:	○	○	=	=
六																/:	:	○	○	○	=
七															/:	:	○	○	○	=	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	//	//	//	//	//	Δ		

符號說明：理論教學    教學實習    生產實習    課程設計    科研實踐    /半周分隔線  
 //畢業設計    //論文答辯    Δ畢業教育    : 考試    =假期    ★軍訓    √勞動

### 11. 課程設置與教學進程

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
公共課	公共必修課	901130604	高級語言程序設計	3	48	32	16	一	37
		903040201	軍事理論	1	34	24	10	一	
		902010101	外語 I	4	64	64	0	二	
		902010102	外語 II	4	64	64	0	一	
		902010103	外語 III	4	64	64	0	三	
		902010104	外語 IV	4	64	64	0	四	
		902020501	中國近現代史綱要	2	32	32	0	二	
		902020207	思想道德修養與法律基礎	2.5	48	40	8	一	

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
		90202022	形勢與政策Ⅱ	0.5	8	8	0	二	6
		90202021	形勢與政策Ⅰ	0.5	8	8	0	一	
		90202025	形勢與政策Ⅴ	0.5	8	8	0	五	
		90202026	形勢與政策Ⅵ	0.5	8	8	0	六	
		902020103	毛澤東思想和中國特色社會主義理論體系概論	3	96	48	48	三	
		90202023	形勢與政策Ⅲ	0.5	8	8	0	三	
		902020301	馬克思主義基本原理概論	2.5	48	40	8	四	
		90202024	形勢與政策Ⅳ	0.5	8	8	0	四	
		902030102	體育Ⅱ	1	28	2	24	二	
		902030101	體育Ⅰ	1	28	2	26	一	
		902030103	體育Ⅲ	1	28	2	26	三	
		902030104	體育Ⅳ	1	28	4	24	四	
	公共限修課	901040143	環境與生態	2	32	32	0	四	
		903030061	專業教育與社會需求（管理類）	1	16	16	0	二	
		901130602	大學計算機基礎	2.5	40	16	24	一	
		903040102	大學生就業創業指導Ⅱ	0.5	6	6	0	七	
		903040101	大學生就業創業指導Ⅰ	1	14	14	0	六	
		903040301	心理健康教育	2	32	32	0	二	
		903060101	健康教育學	1	16	16	0	一	
		903020101	信息檢索與利用	2	32	32	0	六	
學科基礎課	學科基礎必修課	901090530	微觀經濟學	3	48	48	0	二	29.5
		901090349	會計學基礎（Ⅰ）	3.5	56	40	16	二	
		901090148	管理學（Ⅰ）	3	48	48	0	一	
		901090531	應用統計學	2.5	40	40	0	三	
		901090506	宏觀經濟學	3	48	48	0	三	
		901090509	計量經濟學（Ⅱ）	2.5	40	40	0	四	
		902040107	概率論與數理統計（Ⅱ）	3.5	56	56	0	二	
		902040113	高等數學（Ⅱ）Ⅱ	1.5	24	24	0	二	
		902040112	高等數學（Ⅱ）Ⅰ	5	80	80	0	一	
		902040136	線性代數	2	32	32	0	三	

課程類別	課程性質		課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求	
							理論	實驗			
學科基礎限修課			901090503	管理經濟學	2	32	32	0	五	8	
			901090526	農業經濟學（Ⅱ）	2	32	32	0	五		
			901090108	經濟籌學（Ⅱ）	2	32	32	0	六		
			901090230	商務談判	2	32	32	0	五		
專業基礎課	專業基礎必修課		901090222	經濟法（Ⅰ）	2.5	40	40	0	五	17	
			901090124	投資項目評估（Ⅰ）	3	48	48	0	五		
			901090203	電子商務與網上營銷	2.5	40	40	0	六		
			901090306	財務會計學（Ⅰ）	3	48	48	0	三		
			901090504	管理信息系統（Ⅰ）	2.5	40	40	0	四		
			901090139	市場營銷學（Ⅰ）	3.5	56	56	0	四		
	專業基礎限修課		901090416	金融學（Ⅱ）	2	32	32	0	四	8	
			901090617	旅遊學概論	2	32	32	0	五		
			901090106	國際市場營銷	2	32	32	0	七		
			901090319	會計電算化（Ⅱ）	2	40	0	40	七		
			901090304	財務管理學（Ⅱ）	2.5	40	40	0	四		
			901090137	組織行為學	2	32	32	0	四		
	專業必修課		901090117	人力資源管理（Ⅰ）	2.5	40	40	0	七	13	
			901090128	消費者行為學	2.5	40	40	0	五		
			901090140	市場調查與預測	3	48	48	0	五		
			901090134	戰略管理（Ⅰ）	2.5	40	40	0	六		
			901090126	推銷學	2.5	40	40	0	六		
專業限修課	專業技術型	公共服務營銷與管理	901090109	客戶關係管理	2	32	32	0	六	8	
			901090116	企業文化與 CIS 策劃	2	32	32	0	五		
			901090129	行政管理學	2	32	32	0	六		
			901090102	服務市場營銷	2	32	32	0	七		
		企業營銷與管理		901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	8
				901090127	物流與供應鏈管理	2	32	32	0	五	
				901090105	廣告學	2	32	32	0	五	
				901090120	生產作業管理	2	32	32	0	七	
			901090132	營銷策劃	2	32	32	0	七		
			901090110	農產品營銷學	2	32	32	0	五		
			901090136	專業英語（營銷）	2	32	32	0	五		
			901090212	國際貿易	2	32	32	0	五		
			901090310	成本會計（Ⅱ）	2	32	32	0	五		

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
實踐教學環節	實踐教學必修課	901090536	產業經濟學(Ⅱ)	2	32	32	0	六	32
		901090115	企業管理前沿	2	32	32	0	七	
		901090325	家庭財務規劃	2	32	32	0	六	
		901090428	證券投資學(Ⅱ)	2	32	32	0	六	
		901090348	稅法與納稅會計	2	32	32	0	六	
		901090149	創業管理	2	32	32	0	六	
		901090402	保險學(Ⅱ)	2	32	32	0	三	
		901090250	英語聽說(營銷)	2	32	32	0	四	
	911090113	市場營銷論文寫作實習	4	4周			七		
	911090101	畢業論文(營銷)	6	6周			八		
	911090102	畢業實習(營銷)	10	10周			八		
	911090112	ERP沙盤模擬實習	2	2周			五		
	911090114	市場營銷專業實習	4	4周			六		
	911090305	會計模擬實習	1	1周			三		
	911090111	計算機強化實習	1	1周			四		
	911090108	市場營銷模擬實習	2	2周			四		
	913040202	入學教育及軍訓	1	2周			一		
	903032002	勞動	0	2周			一		
903032001	畢業教育	0	1周			八			
903050102	社會實踐Ⅱ	0.3	1周			二			
903050101	社會實踐Ⅰ	0.3	1周			一			
903050105	社會實踐Ⅴ	0	2周			八			
903050103	社會實踐Ⅲ	0.2	1周			三			
903050104	社會實踐Ⅳ	0.2	1周			四			

# 市場營銷（2014 級人才培養方案）

## Marketing

### 1. 培養目標

本專業培養德、智、體、美全面發展，具備扎實經濟學、管理學理論基礎，熟練掌握現代市場營銷理論，具有市場調查研究、預測、決策和營銷實踐操作能力，能在企事業單位從事營銷與管理，尤其在農產品營銷管理領域具有專長的高素质創新型應用技術人才和創新型拔尖人才。

### 2. 培養要求

本專業要求學生熱愛祖國，有為國家富強、民族昌盛而奮鬥的志向和責任感，身心健康，學生主要學習市場營銷及管理方面的基本理論和基本知識，接受營銷方法與技巧方面的基本訓練，具備分析和解決營銷問題的基本能力。

畢業生應獲得以下幾方面的知識和能力：

- （1）掌握管理學、經濟學和現代市場營銷學的基本理論、基本知識；
- （2）掌握市場營銷的定性、定量分析方法；
- （3）加強演講與口才及寫作等基本能力的訓練，具有較強的語言與文字表達、人際溝通以及分析和解決營銷實際問題的基本能力；
- （4）熟悉我國有關市場營銷的方針、政策與法規，了解本學科的發展動態；
- （5）掌握文獻檢索、資料查詢的基本方法，具有一定的科學研究和實際工作能力；
- （6）具有較強的計算機和外語应用能力。較熟練地掌握計算機基本知識和基本技能，熟練地掌握一門外語，具有較強的聽、說、讀、寫、譯等方面的能力。

### 3. 主干學科

經濟學、工商管理。

### 4. 主要課程

經濟法、投資項目評估、電子商務與網上營銷、財務會計學、管理信息系統、市場營銷學、人力資源管理、消費者行為學、市場調查與預測、戰略管理、推銷學。

### 5. 主要實踐性教學環節

市場營銷模擬實習、市場營銷專業實習、ERP 沙盤模擬實習、市場營銷論文寫作實習。

### 6. 專業方向

企業營銷與管理；公共服務營銷與管理。

### 7. 修業年限

基本修業年限 4 年，可提前 1 年或延遲 2 年畢業。

### 8. 授予學位

管理學學士。

### 9. 具體學分要求

課程平台	必修課	限修課	選修課	實踐教學環節	總計
公共課	37	6	16.5	32	175
學科基礎課	29.5	8			
專業基礎課	17	8			
專業課	13	8			
小計	96.5	30	16.5		

### 10. 全學程周曆安排

學期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21-26
一	★	★																/:	:	=	=
二					√													/:	:	=	=
三					√											:	/:	:	○	=	=
四																	:	/:	:	○	=
五																/:	:	○	○	=	=
六																/:	:	○	○	○	=
七															/:	:	○	○	○	=	=
八	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	//	//	//	//	//	//	Δ	

符號說明：理論教學    教學實習    生產實習    課程設計    科研實踐    /: 半周分隔線  
 // 畢業設計    // 論文答辯    Δ 畢業教育    : 考試    = 假期    ★ 軍訓    √ 勞動

### 11. 課程設置與教學進程

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
公共課	公共必修課	901130604	高級語言程序設計	3	48	32	16	一	37
		903040201	軍事理論	1	34	24	10	一	
		902010101	外語 I	4	64	64	0	二	
		902010102	外語 II	4	64	64	0	一	
		902010103	外語 III	4	64	64	0	三	
		902010104	外語 IV	4	64	64	0	四	
		902020501	中國近現代史綱要	2	32	32	0	二	
		902020207	思想道德修養與法律基礎	2.5	48	40	8	一	

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
		90202022	形勢與政策Ⅱ	0.5	8	8	0	二	6
		90202021	形勢與政策Ⅰ	0.5	8	8	0	一	
		90202025	形勢與政策Ⅴ	0.5	8	8	0	五	
		90202026	形勢與政策Ⅵ	0.5	8	8	0	六	
		902020103	毛澤東思想和中國特色社會主義理論體系概論	3	96	48	48	三	
		90202023	形勢與政策Ⅲ	0.5	8	8	0	三	
		902020301	馬克思主義基本原理概論	2.5	48	40	8	四	
		90202024	形勢與政策Ⅳ	0.5	8	8	0	四	
		902030102	體育Ⅱ	1	28	2	24	二	
		902030101	體育Ⅰ	1	28	2	26	一	
		902030103	體育Ⅲ	1	28	2	26	三	
		902030104	體育Ⅳ	1	28	4	24	四	
	公共限修課	901040143	環境與生態	2	32	32	0	四	
		903030061	專業教育與社會需求（管理類）	1	16	16	0	二	
		901130602	大學計算機基礎	2.5	40	16	24	一	
		903040102	大學生就業創業指導Ⅱ	0.5	6	6	0	七	
		903040101	大學生就業創業指導Ⅰ	1	14	14	0	六	
		903040301	心理健康教育	2	32	32	0	三	
		903060101	健康教育學	1	16	16	0	一	
		903020101	信息檢索與利用	2	32	32	0	六	
學科基礎課	學科基礎必修課	901090530	微觀經濟學	3	48	48	0	二	29.5
		901090349	會計學基礎（Ⅰ）	3.5	56	40	16	二	
		901090148	管理學（Ⅰ）	3	48	48	0	一	
		901090531	應用統計學	2.5	40	40	0	三	
		901090506	宏觀經濟學	3	48	48	0	三	
		901090509	計量經濟學（Ⅱ）	2.5	40	40	0	四	
		902040107	概率論與數理統計（Ⅱ）	3.5	56	56	0	二	
		902040113	高等數學（Ⅱ）Ⅱ	1.5	24	24	0	二	
		902040112	高等數學（Ⅱ）Ⅰ	5	80	80	0	一	
		902040136	線性代數	2	32	32	0	三	

課程類別	課程性質		課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求	
							理論	實驗			
學科基礎限修課			901090503	管理經濟學	2	32	32	0	五	8	
			901090526	農業經濟學(Ⅱ)	2	32	32	0	五		
			901090108	經濟籌學(Ⅱ)	2	32	32	0	六		
			901090230	商務談判	2	32	32	0	五		
專業基礎課	專業基礎必修課		901090222	經濟法(Ⅰ)	2.5	40	40	0	五	17	
			901090124	投資項目評估(Ⅰ)	3	48	48	0	五		
			901090203	電子商務與網上營銷	2.5	40	40	0	六		
			901090306	財務會計學(Ⅰ)	3	48	48	0	三		
			901090504	管理信息系統(Ⅰ)	2.5	40	40	0	四		
			901090139	市場營銷學(Ⅰ)	3.5	56	56	0	四		
	專業基礎限修課		901090416	金融學(Ⅱ)	2	32	32	0	四	8	
			901090617	旅遊學概論	2	32	32	0	五		
			901090106	國際市場營銷	2	32	32	0	七		
			901090319	會計電算化(Ⅱ)	2	40	0	40	七		
			901090304	財務管理學(Ⅱ)	2.5	40	40	0	四		
			901090137	組織行為學	2	32	32	0	四		
			901090119	商務禮儀	2	32	32	0	四		
	專業課	專業必修課		901090117	人力資源管理(Ⅰ)	2.5	40	40	0	七	13
				901090128	消費者行為學	2.5	40	40	0	五	
				901090140	市場調查與預測	3	48	48	0	五	
				901090134	戰略管理(Ⅰ)	2.5	40	40	0	六	
901090126				推銷學	2.5	40	40	0	六		
專業限修課		專業技術型	公共服務營銷與管理	901090109	客戶關係管理	2	32	32	0	六	8
				901090116	企業文化與 CIS 策劃	2	32	32	0	五	
				901090129	行政管理學	2	32	32	0	六	
				901090102	服務市場營銷	2	32	32	0	七	
		企業營銷與管理	901090114	品牌管理	2	32	32	0	六	8	
			901090127	物流與供應鏈管理	2	32	32	0	五		
			901090105	廣告學	2	32	32	0	五		
			901090120	生產作業管理	2	32	32	0	七		
			901090132	營銷策劃	2	32	32	0	七		
			901090110	農產品營銷學	2	32	32	0	五		
			901090136	專業英語(營銷)	2	32	32	0	五		
			901090212	國際貿易	2	32	32	0	五		
			901090310	成本會計(Ⅱ)	2	32	32	0	五		

課程類別	課程性質	課程代碼	課程名稱	學分	總學時	學時分配		開課學期	學分要求
						理論	實驗		
實踐教學環節	課程性質	901090536	產業經濟學（Ⅱ）	2	32	32	0	六	32
		901090115	企業管理前沿	2	32	32	0	七	
		901090325	家庭財務規劃	2	32	32	0	六	
		901090428	證券投資學（Ⅱ）	2	32	32	0	六	
		901090348	稅法與納稅會計	2	32	32	0	六	
		901090149	創業管理	2	32	32	0	六	
		901090402	保險學（Ⅱ）	2	32	32	0	三	
		901090250	英語聽說（營銷）	2	32	32	0	四	
	實踐教學必修課	911090113	市場營銷論文寫作實習	4	4周			七	32
		911090101	畢業論文（營銷）	6	6周			八	
		911090102	畢業實習（營銷）	10	10周			八	
		911090112	ERP 沙盤模擬實習	2	2周			五	
		911090114	市場營銷專業實習	4	4周			六	
		911090305	會計模擬實習	1	1周			三	
		911090111	計算機強化實習	1	1周			四	
		911090108	市場營銷模擬實習	2	2周			四	
		913040202	入學教育及軍訓	1	2周			一	
		903032002	勞動	0	2周			一	
		903032001	畢業教育	0	1周			八	
903050102	社會實踐Ⅱ	0.3	1周			二			
903050101	社會實踐Ⅰ	0.3	1周			一			
903050105	社會實踐Ⅴ	0	2周			八			
903050103	社會實踐Ⅲ	0.2	1周			三			
903050104	社會實踐Ⅳ	0.2	1周			四			