

“大平台培养（工商管理类）”教学实施方案

“大平台培养”（工商管理类）教学实施方案包括大平台培养特色、大平台培养面向、大平台课程设置与学分分布、专业分流实施方式等内容，课程设置与学分分布主要安排通识课程和大类必修课程模块教学计划，专业课程的教学计划详见各专业培养方案。

一、“大平台培养”特色

工商管理类专业实施通识教育为基础，前期大平台培养让学生通过厚基础、宽口径的基础课程的学习，为后续专业课程的学习奠定坚实的基础。“大平台培养”通过课程体系的重新设计和教学资源的共享，不仅整合工商管理学科大类的优质师资，融合学科的基础知识点，实施因材施教，最大限度发挥学生的特长、满足学生的个性化发展需求，而且，有利于学生专业兴趣的认知和培养，为学生的未来发展提供了广阔的适应空间和竞争优势。

二、“大平台培养”面向

纳入工商管理学院管理的 2014 年入学的本科生，不包括工商管理专业全英文实验班学生。工商管理类共有 3 个专业教育培养通道，能最大限度地满足学生成才发展需求。

三、“大平台培养”课程设置与学分分布

在整体保持与上海对外经贸大学本科学分制教学培养方案总则一致的基础上，突出“大平台培养”特点，形成学院各专业共同的平台课程（如表 1 所示）。

表 1 大平台课程

课程类别		课程名称	应修学分	开课学期	
通识教育课	必修课	思想政治理论课	思想道德修养与法律基础	2	1.2
			中国近现代史纲要	2	1.2
			马克思主义基本原理	2	3.4
			毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	3.4
			政治经济学	3	1.2
			形势与政策		1-4
		大学英语	综合英语（读写）	14	1-4
			综合英语（视听说）	8	1-4
			综合英语（自主学习）	4	1-4
			计算机应用基础	2	1-2
			大学语文	2	1.2
			体育	4	1-4
		数学	微积分 B	4	1-2
			线性代数 B	2	3
	概率论与数理统计 B		2	2	
选修课	哲学与社会	2	1-7		

课程类别		课程名称	应修学分	开课学期
		历史与文化	2	1-7
		文学与艺术	2	1-7
		科学与创新	2	1-7
		数学思维与经济分析	2	1-7
学科共同课		微观经济学	3	2
		宏观经济学	3	3
		统计学	3	3
		会计学	3	3
		计量经济学	3	6
		市场营销学	3	4
		管理学	3	3
		财务管理	3	5
		管理信息系统	2	6
		经济法	2	6
		国际金融	2	7
		国际贸易	2	5
		国际贸易实务	2	6
		运筹学	3	5
		创业管理	2	7
		跨文化管理	2	6
管理会计	2	5		

四、专业课程教学计划

参照工商管理学院的各专业培养规格和标准执行。

五、专业分流实施方式

1. 专业分流时间

依据“大平台培养”教学的特点,学生入学后在接受学院共同平台课程教学的基础上,于第四学期进行专业分流,学生分流后按照所在专业进行专业核心课程和选修课程的学习,并按学校相关教学规定实施管理。

分流后的专业教学班人数差异不超过 10%。

2. 专业分流的参考指标

采用志愿优先和相关课程加权平均分相结合的方式,按照入学以后三个学期已学相关课程加权平均分为标准,确定优先满足第一志愿的排序。具体分流工作由学院专业分流工作委员会制定专业分流方案并执行。

六、附则

本实施方案经本科教学指导委员会讨论通过,自 2014 级起实施

二〇一四年七月第二次修订

工商管理（国际企业管理方向）专业培养方案

一、培养目标

本专业旨在培养了解管理学科理论前沿与发展动态，以扎实的管理学知识和理论基础、基本的定性分析和定量模型相结合的分析工具和方法、通过案例等教学手段、以解决企业经营管理问题的管理思维和技能为目标与对象，具备英语语言应用能力、人际沟通能力、团队合作意识和多元文化视野的国际企业管理人才。

学生毕业后能够在涉外企业、外贸公司、金融企业、管理咨询公司等从事企业经营管理

二、培养规格

依托我校经济、管理、法学、文学学科优势，本专业培养的学生应具有良好的思想品德、社会责任感和职业道德；掌握工商管理理论与方法；熟悉管理学、经济学、法学理论和知识；具有较强的提出问题、分析问题和解决问题的能力以及从事企业经营管理活动的实际运作能力和基本素质。具体表现在：

1.知识结构

本专业学生应具备以下几方面的知识：

(1)基础知识：数学、英语、计算机、管理学、经济学、会计学、财务管理、统计学、管理信息系统等；

(2)专业知识：国际企业管理、组织行为学、战略管理、人力资源管理、资本运营、跨文化管理、运营管理、创业管理、跨国并购、国际贸易、国际金融等；

(3)相关专业知识：管理会计、运筹学、物流管理、经济法、国际商法、计量经济学等；

(4)通识教育知识：哲学与社会、历史与文化、文学与艺术、科学与创新、数学思维与经济分析等。

具体课程设置详见本专业指导性教学计划。

2.能力

通过培养，本专业学生应具备以下几方面的能力：

(1)能够综合利用相关专业知识，掌握企业经营管理、公司会计与财务分析、跨文化管理、资本管理以及相关政策与法规的综合运用等专业技能；

(2)具有熟练运用定性和定量分析工具的基本能力；

(3)具有熟练应用英语的能力以及人际沟通、组织协调及领导的基本能力；

(4)具有较强的计算机和电子商务应用能力；

(5)通过案例教学、课程设计、毕业设计和综合实践，使学生具备一定的解决企业管理方面

各类实际问题的能力；

(6)掌握文献检索、资料查询的基本方法、具有一定的科学研究能力；

(7)具有了解本学科的理论前沿及发展动态，获取新知识的能力。

3.素质

通过培养，学生应具备以下几个方面的基本素质：

(1)具有强烈的社会责任感和组织意识；

(2)具有创新意识、创业意识和团队合作意识；

(3)具有较高的职业道德和敬业精神；

(4)具有多元文化视野，较高的专业能力；

(5)具有健康的体魄和良好的心理素质。

三、培养方式

根据课程的不同特点，专业课采用灵活、多样的教学方法，包括理论传授、案例教学、计算机与多媒体辅助教学、模拟教学和社会实践等，工商管理专业的核心课程实施案例教学，从而培养学生分析问题和解决问题的能力以及进行企业管理活动的实际运作技能。

毕业实习和毕业论文，原则上要求能够与企业的实践相结合，选择具有实际应用价值的管理类课题。

鼓励学生参加各种有益的课外活动和社会实践活动，提高学生的专业知识和综合素质。

四、教学质量保证措施

本专业教学质量保证工作严格按照学校有关规定执行。

五、学制

本科学制为四年，详见《上海对外经贸大学全日制本、专科生学分制学籍管理规定》。

六、成绩考核

课程考核合格，给予相应的成绩、绩点和学分。成绩考核严格按照《上海对外经贸大学本科学分制培养方案总则》、《上海对外经贸大学全日制本、专科生学分制学籍管理规定》和《上海对外经贸大学课程考核管理办法》的有关规定执行。

七、社会实践与科学研究

1.学生必须参加学校要求和组织的各类社会实践活动并取得相应的学分。

2.学生必须在教师指导下独立完成毕业论文的写作并通过论文答辩。毕业论文的相关规定详见《上海对外经贸大学本科毕业论文管理条例》。

3.鼓励学生参加学校、教学部门、学生工作管理部门和学生社团组织的学术探讨和科学研究活动，特别是与本专业课程教学、实习、社会调查、社会实践等有关的学术和科研活动。

八、毕业与学位

1.学生在规定的时间内完成培养方案规定的全部课程和学习任务，获得相应的学分，并符

合各项要求者，准予毕业并发给毕业证书。

2.毕业生符合《中华人民共和国学位条例》、《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》和学校《学士学位授予工作实施细则》，经学校学位委员会审查通过，授予管理学学士学位。

九、专业指导性教学计划

本专业指导性教学计划见附表。

工商管理（国际企业管理方向）专业指导性教学计划

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布									
				1	2	3	4	5	6	7	8		
通识教育课	思想政治理论课	思想道德修养与法律基础	2	1.2	2+(1)								
		中国近现代史纲要	2	1.2		2							
		马克思主义基本原理	2	3.4			2						
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	3.4				4+(2)					
		政治经济学	3	1.2	3								
		形势与政策		1-4	1	1	1	1					
	大学英语	综合英语（读写）	14	1-4	4	4	3	3					
		综合英语（视听说）	8	1-4	2	2	2	2					
		综合英语（自主学习）	4	1-4	1	1	1	1					
		计算机应用基础	2	1-2	2	2							
		大学语文	2	1.2	2								
	数学	体育	4	1-4	2	2	2	2					
		微积分 B	4	1-2	4	2							
		线性代数 B	2	3			2						
	选修课	概率论与数理统计 B	2	2		3							
		哲学与社会	2	1-7									
		历史与文化	2	1-7									
		文学与艺术	2	1-7									
		科学与创新	2	1-7									
	学科共同课	数学思维与经济分析	2	1-7									
微观经济学		3	2		3								
宏观经济学		3	3			3							
统计学		3	3			2+1							
会计学		3	3			3							
计量经济学		3	6						2+1				
市场营销学		3	4				3						
管理学		3	3			3							
财务管理		3	5					3					
管理信息系统		2	6						1+1				
经济法		2	6						2				
国际金融		2	7							2			
国际贸易		2	5					2					
国际贸易实务		2	6						2				
运筹学		3	5					3					
创业管理	2	7							2				
跨文化管理	2	6						2					
管理会计	2	5					2						

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布								
				1	2	3	4	5	6	7	8	
专业课	专业必修课	运营管理	2	5					2			
		人力资源管理	3	5					3			
		组织行为学(英)	2	5					2			
		战略管理(英)	3	7							3	
		国际企业管理	2	6						2		
		资本运营	2	6						2		
	专业选修课	10	4-7									
	跨专业选修课	8	4-7									
实践教育课	专业模拟训练课	工商管理模拟	2	7							2	
		商务英语应用能力自主训练(多媒体)	2	1-4	2	2	2	2				
		国际商务模拟训练项目	1	4-7								
	职业规划与发展课程	3	1-6									
	军训	2	1	2								
	社会实践	3	1-6									
	毕业实习	3	7.8								3	
	毕业论文	4	7.8								4	
合计		160		27	24	27	18	17	15	9	7	

(附表) 工商管理(国际企业管理方向)专业指导性教学计划

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布							
				1	2	3	4	5	6	7	8
专业选修课	物流管理	2	5					2			
	管理决策与模型	2	5					2			
	电子商务(英)	2	5					2			
	跨国并购	2	5					2			
	国际商法	2	6						2		
	服务管理	2	6						2		
	公司治理与公司金融	2	6						2		
	广告学	2	7							2	
	营销调研	2	7							2	
	商业伦理学	2	7							2	
	财务报表分析	2	7							2	
	系统动力学	2	7							2	
	跨国企业经营管理前沿讲座	2	4-7								

人力资源管理（国际人力资源管理方向）专业培养方案

一、培养目标

本专业旨在培养能够与社会需求互动，了解人力资源管理理论前沿与发展动态，系统掌握人力资源管理基础理论与业务技能，通晓经济管理理论、国际贸易和国际商务知识，具有较强的国际企业人力资源管理实践能力、英语应用能力，富有创新精神和国际化视野的人力资源管理专门人才。

学生毕业后能在跨国公司、外经贸企业、三资企业、政府部门等各类组织中从事人力资源管理活动及相关工作。

二、培养规格

依托我校经济学、管理学、文学、法学和理学的学科优势，以“厚基础、强素质、宽口径、重能力”为人才培养原则，培养的学生应具有良好的思想品德、职业道德和团队协作素质；注重相关专业基础知识，能够熟练地掌握经济学、管理学和人力资源管理的基本理论和基本知识；具有从事国际企业人力资源管理活动、分析和解决人力资源管理问题的实践和创新能力。具体表现在：

1.知识结构

本专业学生应具备以下几方面的知识：

(1)基础知识：经济学、管理学、社会学、心理学、数学与统计、英语、计算机应用等；

(2)专业知识：组织行为学、人力资源管理、国际人力资源管理、劳动与社会保障法、业绩评估与薪酬管理、人才测评、跨文化管理、管理沟通、人力资源培训与开发、心理与行为研究方法等；

(3)相关专业知识：会计、营销、法律、国际贸易等；

(4)通识教育知识：哲学与社会、历史与文化、文学与艺术、科学与创新、数学思维与经济分析等。

具体课程设置详见本专业指导性教学计划。

2.能力

通过培养，本专业学生应具备以下几方面的能力：

(1)能够综合利用相关专业基础知识，掌握人力资源管理的规划与甄选、培训与开发、薪酬设计与管理、人力资源政策与法规的综合运用等专业技能；

(2)具有运用定性、定量分析工具的基本能力；

(3)具备从事人力资源管理所需的组织协调能力和计划及执行能力；

- (4)具有发现、分析、处理和解决企业人力资源管理方面实际问题的能力；
- (5)具有较强的信息沟通和英语表达能力及团队协作能力；
- (6)具有熟练运用计算机、网络等从事人力资源测评、公文写作与处理的能力；
- (7)掌握文献检索、资料查询及搜集的基本方法，具有一定的科学研究和调查研究能力；
- (8)具有了解人力资源管理学科的理论前沿及发展动态，不断获取新知识的能力。

3.素质

通过培养，本专业学生应具备以下几方面的基本素质：

- (1)具有强烈的社会责任感和组织意识；
- (2)具有创新意识、创业意识和团队合作意识；
- (3)具有较高的伦理道德、职业道德和敬业精神；
- (4)具有强烈的事业心、良好的专业素养和较高的专业能力；
- (5)具有健康的体魄和良好的心理素质。

三、培养方式

根据课程的不同特点，专业课采用灵活、多样的教学方法，包括理论传授、案例教学、计算机与多媒体辅助教学、模拟教学和社会实践等。人力资源管理专业的核心课程实施案例教学，培养学生分析问题和解决问题的能力以及进行人力资源管理活动的实际运作技能。

毕业实习和毕业论文原则上要求与企业实践相结合，选择具有实际应用价值的人力资源管理课题作为实习重点及论文选题。

鼓励学生参加各种有益的课外活动和社会实践等，提高学生的专业知识和综合素质水平。

四、教学质量保证措施

本专业教学质量保证工作严格按照学校有关规定执行。

五、学制

本科学制为四年，详见《上海对外经贸大学全日制本、专科生学分制学籍管理规定》。

六、成绩考核

课程考核合格，给予相应的成绩、绩点和学分。成绩考核严格按照《上海对外经贸大学本科学分制培养方案总则》、《上海对外经贸大学全日制本、专科生学分制学籍管理规定》和《上海对外经贸大学课程考核管理办法》的有关规定执行。

七、社会实践与科学研究

- 1.学生必须参加学校要求和组织的各类社会实践活动并取得相应的学分。
- 2.学生须在教师指导下独立完成毕业论文的写作并通过论文答辩。毕业论文的相关规定详见《上海对外经贸大学本科毕业论文管理条例》。
- 3.鼓励学生参加学校、教学部门、学生工作管理部门和学生社团组织的学术探讨和科学研究活动，特别是与本专业课程教学、实习、社会调查、社会实践等有关的学术和科研活动。

八、毕业与学位

1.学生在规定的时间内完成培养方案规定的全部课程和学习任务，获得相应的学分，并符合各项要求者，准予毕业并发给毕业证书。

2.毕业生符合《中华人民共和国学位条例》、《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》和学校《学士学位授予工作实施细则》，经学校学位委员会审查通过，授予管理学学士学位。

九、专业指导性教学计划

本专业指导性教学计划见附表。

人力资源管理（国际人力资源管理方向）专业指导性教学计划

课程类别		课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布										
					1	2	3	4	5	6	7	8			
通识教育课	思想政治理论课	思想道德修养与法律基础	2	1.2	2+(1)										
		中国近现代史纲要	2	1.2		2									
		马克思主义基本原理	2	3.4			2								
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	3.4				4+(2)							
		政治经济学	3	1.2	3										
		形势与政策		1-4	1	1	1	1							
		大学英语	综合英语（读写）	14	1-4	4	4	3	3						
			综合英语（视听说）	8	1-4	2	2	2	2						
			综合英语（自主学习）	4	1-4	1	1	1	1						
				计算机应用基础	2	1-2	2	2							
			大学语文	2	1.2	2									
			体育	4	1-4	2	2	2	2						
	数学	微积分 B	4	1-2	4	2									
		线性代数 B	2	3			2								
		概率论与数理统计 B	2	2		3									
	选修课		哲学与社会	2	1-7										
			历史与文化	2	1-7										
			文学与艺术	2	1-7										
			科学与创新	2	1-7										
			数学思维与经济分析	2	1-7										
	学科共同课		微观经济学	3	2		3								
			宏观经济学	3	3			3							
			统计学	3	3			2+1							
		会计学	3	3			3								
		计量经济学	3	6						2+1					
		市场营销学	3	4				3							
		管理学	3	3			3								
		财务管理	3	5					3						
		管理信息系统	2	6						1+1					
		经济法	2	6						2					
		国际贸易	2	5					2						
		国际贸易实务	2	6						2					
		国际金融	2	7							2				
		运筹学	3	5					3						
		创业管理	2	7								2			
		跨文化管理	2	6						2					
	管理会计	2	5					2							

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布								
				1	2	3	4	5	6	7	8	
专业课	专业必修课	劳动经济学	3	5					3			
		人力资源管理	3	5					3			
		组织行为学（英）	2	5					2			
		管理沟通（英）	2	6						2		
		业绩评估与薪酬管理	2	6						2		
		国际人力资源管理（英）	2	7							2	
	专业选修课	10	4-7									
	跨专业选修课	8	4-7									
实践教育课	专业模拟训练课	工商管理模拟	2	7							2	
		商务英语应用能力自主训练（多媒体）	2	1-4	2	2	2	2				
		国际商务模拟训练项目	1	4-7								
		职业规划与发展课程	3	1-6								
		军训	2	1	2							
		社会实践	3	1-6								
		毕业实习	3	7.8								3
		毕业论文	4	7.8								4
合计		160		27	24	27	18	18	15	8	7	

（附表）人力资源管理（国际人力资源管理方向）专业指导性教学计划

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布							
				1	2	3	4	5	6	7	8
专业选修课	人才测评	2	5					2			
	战略管理	2	5					2			
	人力资源培训与开发	2	5					2			
	心理与行为研究方法	2	5					2			
	心理学与生活	2	6						2		
	管理决策与模型	2	6						2		
	社会调查理论与方法	2	6						2		
	营销调研	2	6						2		
	劳动与社会保障法	2	7							2	
	国际商法	2	7							2	
	跨国并购	2	7							2	
	财务报表分析	2	7							2	
	物流管理	2	7							2	
	人力资源管理前沿问题讲座	2	4-7								

市场营销（国际营销方向）专业培养方案

一、培养目标

本专业旨在培养了解市场营销理论前沿与发展动态，具有扎实的经济学、管理学、法学理论基础、掌握市场营销理论、知识和技能，具备国际化视野，市场开拓能力、英语应用能力和团队协作能力强的市场营销管理专门人才。

学生毕业后能够在跨国公司、咨询公司、经贸企业、金融机构、政府部门等从事市场营销活动和管理。

二、培养规格

依托我校经济、管理、法学、文学和理学的学科优势，本专业培养的学生应具有良好的思想品德、社会责任感和职业道德；掌握市场营销及现代企业管理的基本理论、基本知识和基本技能，熟悉经济学、管理学、法学等方面的知识与方法，具有较强的提出问题、分析问题和解决问题的能力，具有较好的从事市场调研、市场营销策划、管理及商务谈判的专业技术能力与基本素质。

1. 知识结构

本专业学生应具备以下几方面的知识：

- (1)基础知识：数学、英语、计算机、经济学、管理学、统计学等；
- (2)专业知识：市场营销学、营销调研、消费者行为、国际营销策略等；
- (3)相关专业知识：会计与财务管理、商务法律、国际贸易、金融等；
- (4)通识教育知识：哲学与社会、历史与文化、文学与艺术、科学与创新、数学思维与经济分析等。

具体课程设置详见本专业指导性教学计划。

2. 能力

通过培养，本专业学生应具备以下几方面的能力：

- (1)掌握市场营销的定性、定量分析方法，具备市场信息收集能力和计算机数据处理能力；
- (2)具备营销策划能力和市场开拓能力；
- (3)具有独立思考和解决企业营销问题的能力；
- (4)具有较强的信息沟通和英语表达能力和团队协作能力；
- (5)具有熟练运用计算机、网络等从事国际营销活动的能力；
- (6)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；
- (7)具有了解本学科的理论前沿及发展动态，获取新知识的能力。

3. 素质

通过培养，本专业学生应具备以下几方面的基本素质：

- (1)具有强烈的社会责任感和组织意识;
- (2)具有创新意识、创业意识和团队合作意识;
- (3)具有较高的职业道德和敬业精神;
- (4)具有强烈的事业心、良好的专业素养,较高的专业能力;
- (5)具有健康的体魄和良好的心理素质。

三、培养方式

1. 引进国际著名原版教材,使教学内容更符合国际竞争环境的需要。
2. 推进双语教学,提高学生用英语进行专业沟通的能力。
3. 采用案例教学法,让学生通过中外案例的学习和讨论提高对问题的判断能力和决策能力。
4. 实施开放型教育,邀请企业界精英人士开设讲座,建立和企业的联系,指导学生到企业参加社会实践。
5. 鼓励学生参加各种有益的课外活动和社会实践,提高学生的专业认识和综合素质。

四、教学质量保证措施

本专业教学质量保证工作严格按照学校有关规定执行。

五、学制

本科学制为四年,详见《上海对外经贸大学全日制本、专科生学分制学籍管理规定》。

六、成绩考核

课程考核合格,给予相应的成绩、绩点和学分。成绩考核严格按照《上海对外经贸大学本科学分制培养方案总则》、《上海对外经贸大学全日制本、专科生学分制学籍管理规定》和《上海对外经贸大学课程考核管理办法》的有关规定执行。

七、社会实践与科学研究

1. 学生必须参加学校要求和组织的各类社会实践活动并取得相应的学分。
2. 学生须在教师指导下独立完成毕业论文的写作并通过论文答辩。毕业论文的相关规定详见《上海对外经贸大学本科毕业论文管理条例》。
3. 鼓励学生参加学校、教学部门、学生工作管理部门和学生社团组织的学术探讨和科学研究活动,特别是与本专业课程教学、实习、社会调查、社会实践等有关的学术和科研活动。

八、毕业与学位

1. 学生在规定的时间内完成培养方案规定的全部课程和学习任务,获得相应的学分,并符合各项要求者,准予毕业并发给毕业证书。

2. 毕业生符合《中华人民共和国学位条例》、《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》和学校《学士学位授予工作实施细则》,经学校学位委员会审查通过,授予管理学学士学位。

九、专业指导性教学计划

本专业指导性教学计划见附表。

市场营销（国际营销方向）专业指导性教学计划

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布									
				1	2	3	4	5	6	7	8		
通识教育课	思想政治理论课	思想道德修养与法律基础	2	1.2	2+(1)								
		中国近现代史纲要	2	1.2		2							
		马克思主义基本原理	2	3.4			2						
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	3.4				4+(2)					
		政治经济学	3	1.2	3								
		形势与政策		1-4	1	1	1	1					
	大学英语	综合英语（读写）	14	1-4	4	4	3	3					
		综合英语（视听说）	8	1-4	2	2	2	2					
		综合英语（自主学习）	4	1-4	1	1	1	1					
		计算机应用基础	2	1-2	2	2							
		大学语文	2	1.2	2								
		体育	4	1-4	2	2	2	2					
	数学	微积分 B	4	1-2	4	2							
		线性代数 B	2	3			2						
		概率论与数理统计 B	2	2		3							
	选修课	哲学与社会	2	1-7									
		历史与文化	2	1-7									
		文学与艺术	2	1-7									
		科学与创新	2	1-7									
		数学思维与经济分析	2	1-7									
学科共同课	微观经济学	3	2		3								
	宏观经济学	3	3			3							
	统计学	3	3			2+1							
	会计学	3	3			3							
	计量经济学	3	6						2+1				
	市场营销学	3	4				3						
	管理学	3	3			3							
	财务管理	3	5					3					
	管理信息系统	2	6						1+1				
	经济法	2	6						2				
	国际金融	2	7							2			
	国际贸易	2	5					2					
	国际贸易实务	2	6						2				
	运筹学	3	5					3					
	创业管理	2	7							2			
	跨文化管理	2	6						2				
管理会计	2	5					2						

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布								
				1	2	3	4	5	6	7	8	
专业课	专业必修课	消费者行为	3	5					3			
		营销调研	3	5					3			
		品牌管理(英)	2	6						2		
		国际营销策略(英)	2	7							2	
		服务营销学	2	6						2		
		国际营销学(英)	2	5					2			
	专业选修课	10	4-7									
	跨专业选修课	8	4-7									
实践教育课	专业模拟训练课	工商管理模拟	2	7							2	
		商务英语应用能力自主训练(多媒体)	2	1-4	2	2	2	2				
		国际商务模拟训练项目	1	4-7								
		职业规划与发展课程	3	1-6								
		军训	2	1	2							
		社会实践	3	1-6								
		毕业实习	3	7.8								3
		毕业论文	4	7.8								4
合计		160		27	24	27	18	18	15	8	7	

(附表) 市场营销(国际营销方向)专业指导性教学计划

课程类别	课程名称	应修学分	开课学期	分学期周课时分布							
				1	2	3	4	5	6	7	8
专业选修课	广告学	2	5					2			
	公共关系学	2	5					2			
	国际商务谈判	2	5					2			
	国际商法	2	5					2			
	奢侈品营销	2	6						2		
	财务报表分析	2	6						2		
	营销工程	2	6						2		
	渠道管理	2	6						2		
	销售管理	2	6						2		
	资本运营	2	7							2	
	战略管理	2	7							2	
	营销创新与发展系列讲座	2	4-7								