

江苏省高等教育自学考试

市场营销专业（专升本）考试计划

（专业代码：120202）

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，是对应考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。

高等教育自学考试市场营销专业（专升本）是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，落实立德树人的根本任务，加快终身教育体系和学习型社会建设，紧密结合我省经济社会发展需求而设置的。高等教育自学考试市场营销专业（专升本）考试计划，由江苏省高等教育自学考试委员会依据《高等教育自学考试专业设置实施细则》《高等教育自学考试开考专业清单（2021年）》《高等教育自学考试专业基本规范（2021年）》制定。

二、培养目标和基本要求

1. 培养目标

本专业培养理想信念坚定，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的需要，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应用型专门人才。

2. 基本要求

在政治思想方面：要求应考者认真学习马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想

社会主义思想，树立爱国主义、集体主义和社会主义思想，遵纪守法，具有良好的思想品德和职业道德，积极为社会主义现代化建设和人民服务。

在业务知识和能力方面：要求应考者掌握市场营销学、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）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、市场营销学等学科的基本理论、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）熟悉并遵守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）身心健康，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。

三、学历层次与规格

本专业为高等教育本科学历层次，在总体上与全日制普通高等学校相应专业的本科水平一致。

本专业各门课程采用学分计算，各门课程考试采用百分制计分，60分及以上为合格。每门课程考试合格后，获得该课程学分。

凡持有具备学历教育资格的高等学校、高等教育自学考试机构颁发的专科（或以上）毕业证书或本科结业证书，取得本专业考试计划规定的14门课程的合格成绩，累计达到71学分，毕业论文考核成绩合格，思想品德经鉴定符合要求者，颁发高等教育自学考试市场营销专业本科毕业证书。

凡符合主考学校学位授予条件的应考者，可按规定向主考学校申请学士学位，经主考学校学位委员会评审通过后由主考学校授予管理学学士学位证书。

四、考试课程与学分

| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 考试方式 | 备注 |
|----|-------|-------------|----|------|----|
| 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 | |
| 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 | |
| 11 | 00186 | 国际商务谈判 | 5 | 笔试 | |
| 12 | 03601 | 服务营销学 | 5 | 笔试 | |
| 13 | 00185 | 商品流通概论 | 5 | 笔试 | |
| 14 | 13675 | 供应链管理 | 4 | 笔试 | |
| | 13676 | 供应链管理（实践） | 2 | 实践 | |

| | | | | | |
|------|-------|----------|----------|----|--|
| 15 | 10211 | 市场营销毕业论文 | 不计 学分 | 实践 | |
| 学分合计 | | 71 学分 | | | |

五、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）、供应链管理（2）。

2.理论课程合格后，方可报名参加该课程的实践考核。

3.实践性环节的内容、要求和考核办法，由各门课程的自学考试大纲规定，实践性环节的考核由主考学校负责实施。

4.应考者在全部课程考试合格后，须按照主考学校的要求撰写毕业论文，毕业论文完成后由主考学校组织评阅答辩。毕业论文采用等级制计分，成绩分为优秀（90—100分）、良好（80—89分）、中等（70—79分）、合格（60—69分）、不合格（60分以下）。

六、主要课程说明

- 1.中国近现代史纲要（课程说明略）
- 2.马克思主义基本原理概论（课程说明略）
- 3.英语（专升本）（课程说明略）
- 4.线性代数（经管类）（课程说明略）
- 5.经济学原理（中级）（课程说明略）
- 6.管理学原理（中级）（课程说明略）
- 7.市场营销策划（课程说明略）
- 8.国际市场营销学（课程说明略）
- 9.消费者行为学

消费者行为学是本专业的必设课程。本课程是了解消费者行为特点、学习营销管理理论与实务相关课程的理论基础课程，课程内容主要从三方面展开：即消费者心理活动过程、消费者购买决策过程和消费者环境。本课程的目的是使应考者了解消费者的心理特点和行为规律，学会分析消费

者行为的理论与方法，研究领会消费者行为对经营者的启示，为制定科学的市场战略和营销策略提供科学依据。通过本课程的学习，要求应考者掌握心理活动过程，包括动机过程、信息处理过程、学习过程、情感过程、态度过程和消费者个人心理因素及其相关的价值与生活方式；购买决策过程，包括认识问题、搜寻信息、方案评价、购买行为和购买后行为；消费者环境，包括文化、社会阶层、参照群体、家庭和信息流。每部分内容从基本概念入手到阐述相关的理论，从对消费者行为特点的说明到影响消费者行为因素的分析，并相应地提出有关问题及其对经营者的启示，以便发挥理论对实践的指导作用。

10.网络营销与策划（课程说明略）

网络营销与策划（实践）（课程说明略）

11.国际商务谈判（课程说明略）

12.服务营销学

服务营销学是本专业的选设课程。本课程是一门理论联系实际、应用性较强的课程，服务营销学的开设是适应我国社会主义市场经济条件下现代服务业蓬勃发展和产品营销中服务活动成为竞争焦点的需要。设置本课程的目的是使应考者能够牢固掌握服务营销的基本概念、基本原理和实用的服务产品营销管理与决策方法，能够运用所学理论知识对服务企业的产品营销进行策划和企业的产品营销进行科学管理。通过本课程的学习，使应考者掌握服务营销管理的基本原理和方法，并能理论联系实际，提高分析问题和解决问题的能力。

13.商品流通概论

商品流通概论是本专业的选设课程。商品流通概论是研究商品流通领域的经济关系、经济活动规律和运行机制的知识体系。本课程的目的是使应考者通过学习能够比较广泛、深刻和系统地理解与掌握商品流通的原理，其中包括能够初步了解商品流通发生、发展的历史过程和客观经济规

律的作用，能够基本掌握商品流通过程中的商流、物流和信息流等业务内容和流程与控制，能够了解商业现代化与商业文化的发展，以培养和提高应考者正确分析和解决商品流通过程中经营管理问题的能力。通过本课程的学习，使应考者了解商品流通产生、发展和运行的规律，掌握商品流通所涉及的基本概念、过程和方法，有重点地把握其内容，理解其涵义，并注重理论联系实际，提高分析问题和解决问题的能力。

14.供应链管理

供应链管理是本专业的选设课程。本课程重点介绍供应链构建、运作与管理的基本规律、理论、方法及其实践应用。本课程主要内容包括供应链与供应链管理的基本概念、供应链网络设计、供应链管理战略与策略、供应链物流管理、供应链信息管理与供应链绩效评价等。本课程设置目的是培养应考者掌握供应链管理和基于供应链进行物流管理的基本理论、基本知识和基本技能，初步具有基于供应链进行物流管理的能力，培养应考者的综合物流管理素质。通过本课程的学习，使应考者掌握供应链业务流程重构的基本理论和方法，能够初步进行供应链业务流程的重构；掌握快速反应（QR）、有效客户反应（ECR）、协同规划、预测和连续补货（CPFR）等供应链管理的方法，并能在物流管理中进行运用；掌握供应链合作伙伴选择的基本理论，能够初步选择合适的供应链合作伙伴；正确理解供应链和供应链管理的概念；掌握供应链物流管理、供应链信息管理的基本理论、方法与诀窍；掌握供应链管理战略的基本理论，能够进行供应链管理的战略匹配。

供应链管理（实践）

供应链管理（实践）是供应链管理课程的配套实践课程。通过本课程的实践学习，使应考者深入了解物流仓储、包装、装卸搬运、配送等功能，具备一定的供应链管理实际操作能力。并通过对有关供应链和物流管理的本质、管理方法的讨论，结合管理信息系统、电子商务、企业资源计划等

相关课程的知识,使应考者掌握供应链管理中涉及的集成管理思想和管理模式以及实施方法。

七、其他必要说明

1.参加本专业相关课程学习需具有经济学、管理学等本专业所需的基础知识。

2.笔试课程使用的教材及考试大纲以江苏省教育考试院当次考试公布的信息为准,实践课程使用的教材及考试大纲以主考学校当次考核公布的信息为准。