

上海工程技术大学 市场营销（专升本）专业考试计划

（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。

市场营销专业以满足顾客需求为出发点，探索企业如何满足消费需求，寻求企业经营之道与商业模式创新等市场规律，培养适应现代市场经济需要，具有诚信品质、职业道德、人文精神和科学素养，掌握管理学、经济学、市场营销学的基本理论方法和市场营销专业技能，具备创新创业思维和综合运用相关知识发现、分析和解决营销实际问题的能力的高质量应用复合型专业人才。

二、学历层次及规格

本专业为专升本专业，培养市场营销专业高质量应用型人才，符合条件者可申请本科毕业证书与管理学学士学位。

三、培养目标与基本要求

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较高素质的应用型专门人才。

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。

四、课程设置与学分

课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	考试方式	考试类别	备注
公共基础课	1	03708	中国近现代史纲要	2	笔试	必考	
	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			
推荐选考课	11	00186	国际商务谈判	5	笔试		
	12	00149	国际贸易理论与实务	6	笔试		
	13	00051	管理系统中计算机应用	3	笔试		
		00052	管理系统中计算机应用（实践）	1	实践		
	14	00178	市场调查与预测	6	笔试		
	15	00152	组织行为学	4	笔试		加考
	16	00067	财务管理学	6	笔试		
17	13142	广告学	4	笔试			
	18	10211	毕业论文	不计学分		必考	
总学分				71及以上			

说明：免考英语仅限于 2025 年 12 月 31 日前的考生。本计划免考英语需加考不少于 2 门课程，不少于 7 学分。

五、主要课程说明

1. 经济学原理（中级）

本课程属于专业核心课。课程围绕经济学的三大基本问题，从微

观和宏观视角分析消费者、生产者、政府、市场、国内外部门等重要经济主体在进行理性选择时所进行的相互作用，并讨论微观和宏观经济政策对于不同主体所做选择及其相互作用所产生的影响，并将理性、福利、收入分配差距、市场失灵和政府失灵、经济增长与国际贸易等内容作为理论应用和现实关怀。强调考核学生对于经济学核心概念、基本原理的理解，以及运用经济学基本理论、基本方法和基本模型去分析现实经济问题的能力，培养学生对于社会主义市场经济制度的认同和对社会主义核心价值观的认同。

2.管理学原理（中级）

本课程属于专业核心课。课程主要包括全面认识管理和管理学，理解管理理论的发展脉络，掌握环境分析的框架，学习管理过程中的决策计划、组织、人员配备、领导、控制等职能。本课程力图使学生深入理解理论和实践中各项管理工作的重要性，系统地掌握管理学的基本概念、理论和方法，掌握管理的主要职能并能用于解决管理实际问题，推进企业培养高水平的复合型管理人才，以适应日益激烈的竞争环境。

3.消费者行为学

本课程属于专业核心课。课程主要介绍消费者决策过程，消费者的资源、购买动机、知觉、学习、态度、个性、自我概念等个体与心理因素对消费者行为的影响，以及文化、社会阶层、社会群体、家庭、创新扩散、情境、消费者保护等环境因素对消费者购买行为的影响，以培养学生掌握消费者行为学的基本概念和理论、了解学科理论在特定市场环境中的具体运用、系统掌握消费者行为的研究方法，使学生具备分析、策划和表达营销实际问题的能力。

4.国际市场营销学

本课程属于专业核心课。课程主要介绍国际市场营销学的基本原理和方法，国际市场营销策划，国际市场研究，制定国际经营战略，选择国际目标市场并进行市场定位，国际市场产品决策、定价决策、分销决策、促销决策等，以培养学生理论联系实际，能够运用国际营销专业知识分析和处理国际市场营销问题的综合能力。

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）、管理系统中计算机应用（1）；

- 2.根据实际情况安排上机考试、撰写实践报告等形式；
- 3.毕业论文。

七、其他必要的说明（报考条件、毕业与学位证书颁发等）

1.毕业条件：凡获得国家承认专科及以上学历，思想品德合格，完成本专业计划规定的全部课程并取得合格成绩和规定的学分，经审核通过后可获得本专业毕业证书。

2.学位授予：获得本专业毕业证书者可申请学位，学校依据自学考试学位相关规定评议，符合要求者授予学士学位。