

普通高等学校本科专业设置申请表

（审批专业适用）

学校名称（盖章）：江西财经大学

学校主管部门：江西省

专业名称：数智营销

专业代码：1202XX

所属学科门类及专业类：管理学 工商管理类

学位授予门类：管理学

修业年限：四年

申请时间：2024-07-05

专业负责人：杨慧

联系电话：0791-83816386

教育部制

目 录

1. 普通高等学校增设本科专业基本情况表
2. 学校基本情况表
3. 申请增设专业的理由和基础
4. 申请增设专业人才培养方案
5. 专业主要带头人简介
6. 教师基本情况表
7. 主要课程开设情况一览表
8. 其他办学条件情况表
9. 学校近三年新增专业情况表
10. 增设专业的区分度
11. 增设专业的基本要求
12. 医学类、公安类专业相关部门意见

填 表 说 明

1. 申请表限用 A4 纸打印填报，并按专业分别装订成册，一式两份。
2. 若为申请设置尚未列入《普通高等学校本科专业目录》（以下简称《专业目录》）的新专业(无专业代码者)，请参照《专业目录》，按专业的学科属性和专业类填写建议代码。
3. 在学校办学基本类型、已有专业学科门类项目栏中，根据学校实际情况在对应的方框中画√。
4. 本表由申请学校校长签字报出。
5. 申请学校须对本表内容的真实性负责。

1. 普通高等学校增设本科专业基本情况表

[illegible]

注：专业代码按教育部公布的填写，尚未列入《专业目录》的新专业请填写建议代码。

2.学校基本情况表

学校名称	江西财经大学	学校地址	江西省南昌市昌北国家经济技术开发区 双港东大街 169 号	
邮政编码	330013	校园网址	www.jxufe.edu.cn	
学校办学 基本类型	<input type="checkbox"/> 部委院校 <input type="checkbox"/> 地方院校 <input checked="" type="checkbox"/> 公办 <input type="checkbox"/> 民办 <input type="checkbox"/> 中外合作办学机构			
	<input checked="" type="checkbox"/> 大学 <input type="checkbox"/> 学院 <input type="checkbox"/> 独立学院			
在校本科生总数	2.5 万	专业平均年招生规模	112.98	
已有专业 学科门类	<input type="checkbox"/> 哲学 <input checked="" type="checkbox"/> 经济学 <input checked="" type="checkbox"/> 法学 <input checked="" type="checkbox"/> 教育学 <input checked="" type="checkbox"/> 文学 <input type="checkbox"/> 历史学 <input checked="" type="checkbox"/> 理学 <input checked="" type="checkbox"/> 工学 <input type="checkbox"/> 农学 <input type="checkbox"/> 医学 <input checked="" type="checkbox"/> 管理学 <input checked="" type="checkbox"/> 艺术学			
专任教师 总数（人）	1441	专任教师中副教授及以上 职称教师数及所占比例	48.02%	
学校简介和 历史沿革 (300 字以内， 无需加页)	江西财经大学的前身为 1923 年秋创办的江西省立商业学校，1958 年成立江西财经学院，文革期间几经更名并遭停办，1978 年复校，1980 年成为财政部部属院校，1996 年更名为江西财经大学，2000 年学校管理体制由财政部主管转变为由江西省主管，2012 年成为财政部、教育部、江西省人民政府共建高校。			

注：专业平均年招生规模=学校当年本科招生数÷学校现有本科专业总数

3. 申请增设专业的理由和基础

一、申请数智营销专业的理由

1. 顺应数字经济发展趋势

随着数字技术的迅猛发展和普及，传统的市场营销模式正面临着前所未有的挑战与机遇。数字化、网络化、智能化已成为当今时代的显著特征，而数智营销正是这一时代背景下应运而生的新型营销模式。它将数字化技术与市场营销策略紧密结合，通过大数据分析、云计算、人工智能等先进技术手段，实现精准定位、个性化推荐、智能优化等营销功能，从而极大地提升了营销效率和效果。

江西财经大学作为一所在财经领域具有深厚底蕴的高等学府，始终保持着对市场动态的敏锐洞察。学校已认识到，数智营销不仅是当前企业发展的关键驱动力，更是未来市场营销的重要方向。选择申请数智营销新专业，正是为了积极响应数字经济发展的大趋势，主动适应和引领市场营销领域的新变革。通过这一新专业的开设，学校期望能够培养出一批既懂市场营销理论，又具备数字化技术应用能力的专业人才，为数字经济的发展注入新的活力。

2. 满足市场对数智营销人才的需求

在数字经济高速发展的今天，市场对数智营销人才的需求越来越迫切。现代企业为了提升市场竞争力，急需一批能够熟练运用大数据、人工智能等先进技术进行精准营销的专业人才。他们不仅需要具备扎实的市场营销理论知识，还需要掌握数字化技术的实际应用能力，以便更好地分析消费者行为、优化营销策略、提升品牌影响力。

学校深知市场对这类人才的需求，因此决定通过开设数智营销专业来填补这一人才缺口。依托其丰富的教育资源和优秀的师资力量，学校将为学生提供系统的数智营销课程和实践机会。通过专业的学习和实践，学生将能够熟练掌握数智营销的核心技能和方法论，成为市场上炙手可热的数智营销人才。这不仅将满足当前市场对数智营销人才的需求，还将为学生的职业发展提供广阔的空间和机会。

3. 发挥学校学科优势，培养复合型人才

江西财经大学作为财经领域的知名学府，长期以来在财经学科领域积累了深厚的底蕴和显著的优势。学校拥有一批经验丰富的教师团队和完善的课程体系，为财经人才的培养提供了坚实的基础。开设数智营销专业，不仅是对学校现有学科资源的有效整合，更是对学校学科优势的进一步发挥。通过将数智营销与经济学、统计学、数据

科学等核心课程进行有机融合，此专业能够打破传统学科的界限，为学生提供更为全面、系统的知识体系。这种跨学科的教学模式也有助于培养出既精通营销策略，又具备数据挖掘和分析能力的复合型人才。这类人才不仅具备多元化的知识和技能，还能够在复杂多变的市场环境中灵活应对各种挑战，因此在职场上将具有更高的竞争力和适应能力。

4. 提升学生就业竞争力

数智营销专业的设立，不仅为学生提供了前沿的学科知识和实践技能，更为他们打开了广阔的就业前景。该专业将为学生提供丰富的职业技能培训课程和实践机会，通过参与真实的市场项目和案例分析，帮助学生积累宝贵的工作经验，提升他们的实际操作能力。这些实践经验将使学生在求职过程中脱颖而出，更好地适应市场需求，从而提升他们的就业竞争力。此外，数智营销专业的就业前景广阔，涵盖了市场营销、数据分析、品牌管理等多个领域，为学生提供了多样化的职业选择和发展空间。无论是选择进入知名企业担任营销策划师、数据分析师，还是自主创业开设营销咨询公司，学生都能够根据自己的兴趣和职业规划找到适合自己的发展方向。

综上所述，江西财经大学选择申请数智营销新专业，不仅是为了顺应数字经济发展的时代潮流，更是为了满足市场对数智营销人才的迫切需求。通过发挥学校在财经学科领域的优势，我们将培养出既懂营销又懂数据挖掘的复合型人才，这些人才将具备全面的知识和技能，更好地服务于企业的发展和 innovation。同时，数智营销专业的开设也将为学生提供更多的实践机会和职业技能培训，助力他们提升就业竞争力，为未来的职业发展奠定坚实基础。

二、学校专业发展规划

江西财经大学数智营销专业的发展规划，旨在构建一个兼具理论与实践、紧跟市场动态、融合多学科知识、并鼓励学生创新的教学体系。

1. 跨学科融合

数智营销不仅仅涉及到市场营销的知识，还与经济学、统计学等多个学科领域有着紧密的联系。为了培养出更具综合素质的复合型人才，我们将充分利用江西财经大学在经济学和信息科学等学科上的优势，将数智营销与这些相关课程进行深度的融合。通过跨学科的教学设计，使学生能够在一个更为宽广的知识体系中，全面、深入地理解数智营销的内涵和应用，从而为其未来的职业生涯打下坚实的基础。

2. 加强实践教学

实践教学是培养学生实际操作能力的关键环节。为此，我们将大力引进国内外先进的数字化营销软件和教学设备，搭建起与真实市场环境相贴近的模拟实验室。学生将有机会在这些实验室内进行实战操作，从而确保其能够在真实的市场环境中获得宝贵的操作经验。此外，我们还将定期组织学生参与真实的数智营销项目，与企业合作。工商管理学院拥有中央与地方共建优势学科实验室，与中国移动、苏宁物流、江铃集团、上海链家、迪卡侬、李渡酒业等合作建设了百余个实践实习基地。学生可以在项目中锻炼并提升自己的实践能力。

3. 深化校企合作

为了使學生能够更深入地了解数智营销行业的最新动态和前沿技术，我们将积极寻求与各大数字营销企业的深度合作。通过定期邀请数字营销行业的领军人物和专家来校进行讲座、研讨会，例如杰出校友科瑞集团董事局主席郑跃文，苏州和基投资有限公司董事长张和清，上海汇招信息技术有限公司董事长张利江，江苏苏鹰集团董事长谈平原，深圳品道餐饮有限公司、“奈雪の茶”创始人彭心等。也可以者组织学生到企业实地参观学习，使学生能够直接接触到行业的最新信息和实战经验。这种校企合作的模式，不仅能够为学生提供更为广阔的学习平台，也有助于学校与行业的紧密联系，确保教学内容与实际应用的紧密结合。

4. 鼓励学生创新

创新是数智营销领域的核心驱动力。为了培养学生的创新意识和能力，我们将设置一系列的实践课程和实际项目，鼓励学生在其中进行大胆的探索和创新。学校还将设立专门的创新基金，为那些有创新想法和实践意愿的学生提供资金和资源上的支持。通过这种方式，我们期望能够培养出既具备扎实专业知识，又敢于创新、勇于实践的数智营销人才。

三、人才需求预测情况

随着数字化、智能化的快速发展，以及全球市场竞争的日益激烈，数智营销专业人才的需求呈现出不断增长的趋势。

1. 数字化营销人才需求量大

基于 AI 加持的数字化营销正在颠覆传统营销方式，这种趋势预计在未来将继续保持高速增长。因此，企业需要大量的数字化营销人才来应对市场变革，这些人才需要掌握数字化营销技能，包括社交媒体营销、搜索引擎优化 (SEO)、数据分析等。跨学科复合型人才受欢迎：数智营销涉及多个学科领域，如管理学、统计学、信息科学

等。具备跨学科知识和技能复合型人才在市场上将具有更高的竞争力。企业需要这类人才来综合运用各种知识和技能，提升营销效果和企业业绩。

数智营销作为一个融合了技术与市场的多学科领域，其复杂性要求从业人员不仅要拥有市场营销的专业知识，还需具备宏观经济、数理统计和信息科学等领域的技能。这种跨学科的复合型人才，能够综合运用多元化的知识和技能，为企业在激烈的市场竞争中脱颖而出提供有力支持。具体而言，这类人才能够运用市场营销的理论和实践经验，结合数据分析技术，深入挖掘消费者需求和市场趋势，为企业制定切实可行的营销策略。同时，他们还能利用电子商务平台的优势，拓展销售渠道，提升品牌知名度。这种全方位的能力使得跨学科复合型人才在数智营销领域具有极高的价值，也因此成为企业的宝贵资源。

2. 创新和创造力成为关键

随着市场竞争的不断升级，创新和创造力已经凸显为数智营销人才所必备的核心素质，成为其职业生涯中的关键要素。在当前高度信息化的市场环境中，传统的营销手段和策略已难以形成差异化竞争优势，而具备创新思维和创新能力的 talent，能够通过深入洞察消费者需求与市场趋势，设计出独树一帜的营销方案。数智营销人才能够灵活运用先进的数据分析工具，结合市场动态，对营销策略进行精细化调整，以实现营销效果的最大化。他们的创新能力不仅体现在营销策略的构思上，更展现在对营销渠道、传播方式以及用户体验的持续优化中。通过引入新颖的互动形式、个性化的内容推送等手段，他们能够显著提升品牌的市场认知度和用户黏性，进而助力企业在激烈的市场竞争中占据一席之地。

因此，从学术和专业的角度来看，培养和吸引具备高度创新和创造力的数智营销人才，已经成为企业提升市场竞争力、实现可持续发展的关键举措。这也要求数智营销人才必须不断锤炼自己的创新思维，提高解决问题的能力，以适应快速变化的市场环境，为企业的长远发展贡献智慧与力量。全球化视野和跨文化沟通能力重要：随着全球化的深入发展，具备全球化视野和跨文化沟通能力的人才在数智营销领域将具有更大优势。这类人才能够更好地理解不同文化背景下的消费者需求，制定更具针对性的营销策略。

综上所述，数智营销专业人才的需求将持续增长，特别是具备跨学科知识、创新和创造力以及全球化视野的复合型人才将更受欢迎。为了适应这一趋势，教育机构需要加强相关学科的建设和人才培养工作，以满足市场的需求。

4. 申请增设专业人才培养方案

一、培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，坚持“信、敏、廉、毅”的校训，培养“诚实守信”的崇高信念和职业道德、“敏学为基”的良好习惯和学习方法、“廉洁奉公”的自律意识和人格修养、“坚毅果敢”的进取精神和非凡勇气，适应数智社会经济发展需要，具备经济、管理、法律、信息技术等基本知识、现代营销理念、现代营销方法和数智化营销基本技能，具东方管理智慧、有创新思维、创业精神、国际视野和国家情怀、社会责任感，具备市场营销职业素养、营销大数据分析处理、战略管理决策等能力，能在政府机关、事业单位和国内外企业等从事市场研究、营销策划、宣传推广、销售管理、品牌管理等工作的复合型营销管理人才。

二、基本要求

本专业学生须按培养方案要求修读各类课程，按照《江西财经大学 2024 年普通本科专业人才培养方案修订原则意见》，总学分最低修满 150 学分方可毕业。按照我校数智营销专业人才培养目标的要求，数智营销专业的学生经过系统的本科阶段学习，应逐步构建起自己适应职业标准体系，具体包括知识体系标准，能力体系标准以及人格体系标准。

毕业要求 1：树立科学的世界观和正确的人生观，愿为国家富强、民族振兴服务；具有全球视野和为人类进步服务的意识；具有高尚的道德品质，能体现人文和艺术方面的较高素养；具有良好的心理素质，在市场营销实践中积极应对危机和挑战。

毕业要求 2：掌握必要的人文社会科学基础知识和自然科学基础知识，包括：经济学、社会学、哲学和历史等社会科学知识；社会、经济和自然界的可持续发展知识；政治、法律法规、国内外市场机制方面的政策和管理知识；微积分、线性代数和概率论等高等数学基础知识；了解当代科学技术发展的其他主要方面和应用前景。

毕业要求 3：掌握宽厚的数智营销专业知识和相关领域科学知识，包括：西方经济学、管理学原理、统计学、会计学、运营管理、人力资源管理、市场营销学等学科基础课程知识；市场调查与分析、消费者行为学、数智品牌管理、数字营销渠道、新零售、互联网金融营销等市场营销专业课程知识；商务谈判、网络直播营销、短视频运营管理等方面等专业技能知识；以及与市场营销专业相关的行为经济学、物流学、商业伦理学、领导学、管理哲学等知识。

毕业要求 4：掌握基本的数智营销研究领域的知识和技术。包括：熟练掌握英语，具

有很强的英文写作和表达能力；了解信息科学基础知识，掌握文献、信息、资料检索的一般方法；掌握统计学计算方法、计量经济学的模型构建、计算机基本知识和市场营销相关软件应用技术。

毕业要求 5：具有获取知识和继续学习能力。了解市场营销和相关学科的发展方向；知晓国际营销的惯例和规则；能自主学习，提高个人和集体的工作效率；能利用多种方法进行查询和文献检索，以获取并分析信息

毕业要求 6：掌握解决市场营销问题的研究方法和技术手段；能从事策划、公关、广告、销售等相关职能，并设计和制定营销战略、营销策划方案、促销方案、销售方案、渠道政策方案、广告方案等工作。

毕业要求 7：综合运用所学理论、技术方法和手段，学会发现问题、分析问题并解决问题。包括：从实践中发现问题、了解问题；定义问题的相关因素、进行定性分析，并提炼问题；建立模型，采用理论分析、实验等手段进行具体分析；提出解决方法和建议。

毕业要求 8：面对当今复杂的营销问题，能恰当选择和使用大数据分析工具，通过营销数据指标分析、营销数据建模、营销模拟实践等方式进行深入研究。

毕业要求 9：具有较强的文字表达能力、语言表达能力和交流能力；具有良好的人际交往能力，具有在学科内、跨学科、多学科领域以及跨文化背景进行合作的初步能力；勇于挑战 and 接受挑战，具有较强的竞争意识和竞争能力。

三、修业年限与授予学位

本专业实行学分制管理，统一实行 4 年的基本学制和 3 到 6 年的弹性学制。学生在 3 到 6 年内修完培养方案要求的全部课程并取得相应学分，可以毕业。在弹性学制内学生可以休学进行创业活动或专业实践活动。对在规定的学制内，修满学分并符合学位授予条件的毕业生，本专业授予管理学学士学位。

四、培养特色

按“厚基础、宽口径”的要求，遵循“一个转变、两个调整、三个强化”的教学思路，构建并完善“一训两段三模块”的人才培养模式。一个转变：转变教育观念。由注重传授知识的教育观念向注重学生发展能力的教育观念转变。两个调整：调整课程设置、调整教学内容。三个强化：强化导师制度、强化实践教学、强化学生的自我发展能力

“一训两段三模块”是训练学生自我发展能力，将教学分为基础课程教学阶段和职业能力培养阶段，形成培养研究型、应用型、创业型人才的教学模块：一训：训练学生自我发展能力。指在市场营销专业人才培养的总体思路，依据“研究型、应用型、创业型”

三类人才的人生职业规划，为学生选配具有相应特长的导师，实施学生发展能力训练。两段：基础课程教学阶段和职业能力培养阶段。将我校市场营销专业的学生按照两段式培养模式：在大学第一阶段（1—4 学期）进行通识课程、学科大类平台课程的学习，以夯实学生的经济管理及市场营销基础知识、基本理论；在第二阶段（5—8 学期）根据市场需求和学生自我职业导向，开设专业特色课程，进行职业技能培养和职业能力训练。三模块：本专业依据市场需求和学生自我发展定位，将学生分为“研究型、应用型、创业型”三类人才进行培养。

五、主干学科

管理学、经济学、统计学、数据科学。

六、核心课程

市场营销学、消费者行为学、市场调查与分析、营销策划、数字营销、数智品牌管理、数字化营销渠道、跨境电商运营、新媒体营销、互联网金融营销等。

七、毕业要求实现矩阵

根据课程对各项毕业要求的支撑强度分别用“H（高）、M（中）、L（弱）”表示。支撑强度的含义是指该课程覆盖毕业要求指标点的多寡，其中“H”至少覆盖 80%，“M”至少覆盖 50%，“L”至少覆盖 30%。表中教学环节是指课程、实践环节、训练等。

表 1. 课程体系与毕业要求的关联度矩阵

教学环节	学分	课程性质	毕业要求								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
思想政治理论课程	17	必修	H	H	H	H	M	H	H	M	H
公共数学课程	13	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
公共数智素养课程	5	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
公共外语	8	必修、限选	H	L	H	H	M	L	H	M	L
通识课程	10	必修、选修	M	H	H	H	M	H	H	M	H
会计学	3	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
市场营销学（双语）	3	必修	H	M	M	H	M	M	M	M	M
人力资源管理	3	必修	H	L	M	H	M	L	M	M	L
运营管理（工商）	3	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L

西方经济学	3	必修	H	M	H	H	M	M	H	M	M
管理学原理	3	必修	H	M	M	H	M	M	M	M	M
新生研讨课	1	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
管理哲学	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
互联网金融营销	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
领导学	2	选修	M	H	H	M	M	H	H	M	H
公共关系管理	2	选修	M	H	H	M	M	H	H	M	H
消费者行为学	2	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
数字化营销渠道	2	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
市场调查与分析	2	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
绿色营销	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
数智品牌管理	2	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
商务谈判	2	选修	H	H	H	H	M	H	H	M	H
营销战略管理 (双语)	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
SAP-ERP 实验	1.5	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
数字营销	2	必修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
新媒体营销	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
大数据营销	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
产业经济学	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
客户关系管理	2	选修	M	H	H	M	M	H	H	M	H
营销策划	2	选修	H	L	H	H	M	L	H	M	L
销售学	2	选修	M	H	H	M	M	H	H	M	H
短视频运营管理	1	选修	M	H	H	M	M	H	H	M	H
课外科研创新实践活动	4	必修	M	H	H	H	H	H	H	H	H
毕业论文(设计)	6	必修	M	H	H	H	H	H	H	H	H
毕业实习	4	必修	M	H	H	H	H	H	H	H	H
发展指导模块	6	必修、选修	M	H	H	H	H	H	H	H	H

八、数智营销课程计划表

数智营销课程计划详见表 2。

表 2 数智营销课程计划表					
序号	课程类别	必修/ 选修	课程名称	学分	学期
1	思想政治理论课	必修课	形势与政策 I	0.5	一
2	思想政治理论课	必修课	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	一
3	思想政治理论课	必修课	思想道德修养与法律基础	3	二
4	思想政治理论课	必修课	中国近现代史纲要	3	一
5	思想政治理论课	必修课	形势与政策 II	0.5	二
6	思想政治理论课	必修课	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	一
7	思想政治理论课	必修课	马克思主义基本原理概论	3	三
8	思想政治理论课	必修课	形势与政策 III	0.5	三
9	思想政治理论课	必修课	形势与政策 IV	0.5	四
小计				17	
10	公共数学课	必修课	微积分 I	3	一
11	公共数学课	必修课	微积分 II	4	二
12	公共数学课	必修课	线性代数	3	二
13	公共数学课	必修课	概率论	3	三
小计				13	
14	公共数字素养课	必修课	数据科学概论	2	二
15	公共数字素养课	必修课	Python 语言与数据分析	3	三

小计				5	
16	公共外语课/综合英语	必修课	大学英语 I	2	一
17	公共外语课/综合英语	必修课	大学英语 II	2	二
18	公共外语课/英语听说	必修课	英语视听说	2	三
小计				6	
19	公共外语课/高阶英语课程	限选课	六级英语专题	2	四
20	公共外语课/高阶英语课程	限选课	跨文化商务沟通	2	四
21	公共外语课/高阶英语课程	限选课	新闻英语视听	2	四
22	公共外语课/高阶英语课程	限选课	财经英语阅读	2	四
23	公共外语课/高阶英语课程	限选课	雅思英语专题	2	四
24	公共外语课/高阶英语课程	限选课	英汉翻译基础与实践	2	四
25	公共外语课/高阶英语课程	限选课	英语演讲	2	四
26	公共外语课/高阶英语课程	限选课	剑桥商务英语（中级）	2	四
27	公共外语课/高阶英语课程	限选课	英美文学鉴赏	2	四
28	公共外语课/高阶英语课程	限选课	考研英语专题	2	四
小计				2	
29	体育	必修课	体育 1	1	一
30	体育	必修课	体育 2	1	二
31	体育	必修课	体育 3	1	三

32	体育	必修课	体育 4	1	四
小计				4	
33	国防教育	必修课	军事理论	2	一
小计				2	
34	心理健康教育	必修课	大学生心理健康教育	2	一
小计				2	
35	通识教育课/哲学、思维与语言	必修课	写作与沟通 I	1.5	三
36	通识教育课/哲学、思维与语言	必修课	写作与沟通 II（学术写作）	0.5	六二
小计				2	
37	通识教育课/哲学、思维与语言	选修课	哲学、思维与语言模块	2	六
小计				2	
38	通识教育课/历史、政治与社会	选修课	历史、政治与社会模块	2	五
小计				2	
39	通识教育课/科学、技术与方法	选修课	科学、技术与方法模块	2	五
小计				2	
40	通识教育课/创新、创意与创业	必修课	创业能力	2	三
小计				2	
41	国防教育	必修课	军事训练	2	一
小计				2	
42	职业生涯规划	必修课	职业生涯规划	0.5	一
小计				0.5	
43	劳育	必修课	劳育 I	1	一
44	劳育	必修课	劳育 II	1	七
小计				2	
45	就业指导	必修课	就业指导	0.5	六
小计				0.5	

46	毕业实习	必修课	毕业实习	2	八
小计				2	
47	毕业论文（设计）	必修课	毕业论文	4	八
小计				4	
48	创新创业	必修课	创业模拟与实践	2	五
小计				2	
49	科研	必修课	本科生科研训练	2	八
小计				2	
50	科研	必修课	创新创业实践活动	4	八
				4	
51	大学生安全教育	必修课	大学生安全教育	0	一
小计				0	
52	学科基础课/学科大类课	必修课	新生研讨课	1	一
53	学科基础课/学科大类课	必修课	西方经济学	3	二
54	学科基础课/学科大类课	必修课	会计学	3	三
55	学科基础课/学科大类课	必修课	中国特色社会主义政治经济学（管）	2	三
小计				9	
56	学科基础课/专业大类课	必修课	管理学原理	3	二
57	学科基础课/专业大类课	必修课	市场营销学（双语）	3	二
58	学科基础课/专业大类课	必修课	运营管理（工商）	3	三
59	学科基础课/专业大类课	必修课	统计学	3	四
60	学科基础课/专业大类课	必修课	物流学	3	四
61	学科基础课/专业大类课	必修课	人力资源管理	3	四

小计				18	
62	学科基础课/专业大类课	选修课	商业伦理学	2	三
63	学科基础课/专业大类课	选修课	管理信息系统(双语)	2	三
64	学科基础课/专业大类课	选修课	互联网金融营销	2	三
65	学科基础课/专业大类课	选修课	管理哲学	2	四
66	学科基础课/专业大类课	选修课	领导学	2	四
67	学科基础课/专业大类课	选修课	中国管理理论与实践	2	四
68	学科基础课/专业大类课	选修课	新媒体营销	2	四
69	学科基础课/专业大类课	选修课	兵法谋略	1.5	四
小计				2	
70	专业必修课	必修课	数智企业经营管理沙盘	1	四二
71	专业必修课	必修课	管理心理学（工商）	2	六
72	专业必修课	必修课	数智品牌管理	2	五
73	专业必修课	必修课	市场调查与分析	2	五
74	专业必修课	必修课	消费者行为学	2	三
75	专业必修课	必修课	SAP-ERP 实验	1.5	四二
76	专业必修课	必修课	商科大数据通识课	1	六
77	专业必修课	必修课	数字化营销渠道管理	2	五
78	专业必修课	必修课	数字营销	2	六

79	专业必修课	必修课	责任与可持续发展	2	六
80	专业必修课	必修课	数字营销实操	1	六二
81	专业必修课	必修课	数智商业综合实训	1	七
82	专业必修课	必修课	数字市场营销案例分析	1	四二
83	专业必修课	必修课	营销模型	1	六二
小计				21.5	
84	专业方向选修课	选修课	产业经济学	2	五
85	专业方向选修课	选修课	行为经济学	2	五
86	专业方向选修课	选修课	创业营销	2	五
87	专业方向选修课	选修课	互联网金融营销	1	四
88	专业方向选修课	选修课	农产品营销	1	五
89	专业方向选修课	选修课	视觉化营销传达	2	五
90	专业方向选修课	选修课	网店运营与管理	2	五
91	专业方向选修课	选修课	销售管理	2	五
92	专业方向选修课	选修课	销售学	2	五
93	专业方向选修课	选修课	营销策划	2	五
94	专业方向选修课	选修课	营销工程	2	五

95	专业方向选修课	选修课	营销战略管理（双语）	2	五
96	专业方向选修课	选修课	商务谈判（双语）	2	五
97	专业方向选修课	选修课	跨境电商运营	2	五
98	专业方向选修课	选修课	社交电商运营与管理	1	六
99	专业方向选修课	选修课	绿色营销（双语）	2	五
100	专业方向选修课	选修课	人工智能营销	2	五
101	专业方向选修课	选修课	服务营销	2	五
102	专业方向选修课	选修课	品牌金融	2	五
103	专业方向选修课	选修课	新零售	2	五
104	专业方向选修课	选修课	网络直播营销	2	六
105	专业方向选修课	选修课	电商销售心理学	1	六
106	专业方向选修课	选修课	跨文化沟通（双语）	2	五
107	专业方向选修课	选修课	大数据营销	2	六
108	专业方向选修课	选修课	数字社群营销	1	六
109	专业方向选修课	选修课	移动营销设计	2	六
110	专业方向选修课	选修课	网络营销	2	六

111	专业方向选修课	选修课	品牌国际化	2	六
112	专业方向选修课	选修课	商务礼仪训练	2	六
113	专业方向选修课	选修课	市场开发与管理	2	六
114	专业方向选修课	选修课	虚拟现实商业模式与营销	2	六
115	专业方向选修课	选修课	社会化媒体营销	2	六
116	专业方向选修课	选修课	电子商务模式	2	六
117	专业方向选修课	选修课	感官营销（双语）	2	六
118	专业方向选修课	选修课	生成式内容营销	2	六
119	专业方向选修课	选修课	短视频运营管理	2	六
120	专业方向选修课	选修课	道德经与营销智慧	1	六
小计				19.5	
合计				150	

5. 专业主要带头人简介

姓名	杨慧	性别	女	专业技术职务	教授	第一学历	本科
		出生年月	1964. 2	行政职务	无	最后学历	博士研究生
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		1983 年江西财经大学工业经济专业本科毕业；2003 年江西财经大学产业经济学专业博士毕业。					
主要从事工作与研究方向		主要从事科学研究与教学工作。市场营销学研究方向。					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 40 余 篇；出版专著（译著等） 5 部。							
获教学科研成果奖共 2 项；其中：国家级 项，省部级 2 项。							
目前承担教学科研项目共 项；其中：国家级项目 项，省部级项目 项。							
近三年拥有教学科研经费共 万元，年均 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 208 学时；指导本科毕业设计共 人次。							
最具代表性的教学科研成果（4 项以内）	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	三台联动、中西合璧、具有“国际视野、中国之心”国际化人才培养探索与实践	一等奖，江西省教育厅，2021 年 10 月			1	
	2	以“三个课堂”教学改革为主导的欠发达地区国际化人才培养的创新与实践	二等奖，江西省教育厅，2019 年 7 月			1	
目前承担的主要教学科研项目（4 项以内）	序号	项目名称	项目来源	起讫时间		经费	本人承担工作
	1						
	2						
	3						
目前承担的主要教学工作（5 项以内）	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	市场营销学	本科生	30	48	必修课	2023. 9—2024. 1
	2	管理学前沿理论专题	博士	16	8	必修课	2023. 11. 3、2023. 11. 10

	3	管理学前沿理论专题	博士 会计)	12	8	选修 课	2023. 11. 29、 2023. 12. 6
教学管理部 门审核意见	签章						

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

5. 专业主要带头人简介

姓名	谌飞龙	性别	男	专业技术职务	教授	第一学历	专科
		出生年月	1977.10	行政职务	副院长	最后学历	博士研究生
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		专科，1999.06，宜春农业专科学校，会计电算化专业 博士，2015.06，中南大学，工商管理专业					
主要从事工作与研究方向		创业营销、量化营销、品牌管理					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 8 篇；出版专著（译著等） 3 部。							
获教学科研成果奖共 5 项；其中：国家级 1 项，省部级 4 项。							
目前承担教学科研项目共 6 项；其中：国家级项目 0 项，省部级项目 4 项。							
近三年拥有教学科研经费共 60.1 万元，年均 20 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 472 学时；指导本科毕业设计共 24 人次。							
最具代表性的教学科研成果（4 项以内）	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	用案例讲好中国管理故事：江财 5W 模式赋能专业学位研究生教育改革与创新	国家级教学成果奖，二等奖，教育部，2023			3/7	
	2	创业叙事—资源获取逻辑下创业营销过程分析：基于创业路演的质性研究	权威期刊，南开管理评论，2023(02)			1/2	
	3	商标侵权事件如何引发品牌资产损失？——基于模糊集的定性比较分析	权威期刊，中国软科学, 2021(04)			1/2	
	4	数字化情境下品效合一的实现逻辑与研究展望	权威期刊，经济管理, 2021(11)			1/1	
目前承担的主要教	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	

	1	资溪面包区域公用品牌发展规划课题	资溪县人民政府	2023-2024	20 万	主持	
	2	关于将南昌打造成消费中心城市研究	南昌市经济社会发展重大招标课题	2022-2023	6 万	主持	
	3	梯度培育政策下专精特新企业内生发展动力形成机制研究	江西省社会科学基金(重点项目)	2023-2024	3 万	主持	
	4	基于“四新”背景的创新创业教育建设标准研究	中国高等教育学会(重点项目)	2023-2024	1 万	主持	
目前承担的主要教学工作（5项以内）	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	创业营销	本科	60	32	专业选修课	2021-2022学年第二学期
	2	品牌金融	本科	50	32	专业选修课	2021-2022学年第二学期
	3	移动营销设计	本科	106	8	专业必修课	2022-2023学年第二学期
	4	营销工程	本科	30	32	专业选修课	2023-2024学年第一学期
	5						
教学管理部门 审核意见		签章					

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

5. 专业主要带头人简介

姓名	沈鹏熠	性别	男	专业技术职务	教授	第一学历	本科
		出生年月	1980.12	行政职务		最后学历	博士研究生
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		本科，2004 年 6 月，贵州财经大学，工商管理专业 博士研究生，2010 年 6 月，山东大学，企业管理专业					
主要从事工作与研究方向		主要从事市场营销专业的教学科研工作，研究方向为人工智能营销和服务营销					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 20 篇；出版专著（译著等） 3 部。							
获教学科研成果奖共 1 项；其中：国家级 项，省部级 1 项。							
目前承担教学科研项目共 5 项；其中：国家级项目 1 项，省部级项目 4 项。							
近三年拥有教学科研经费共 39 万元，年均 13 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 468 学时；指导本科毕业设计共 25 人次。							
最具代表性的教学科研成果 （4 项以内）	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	在线零售情境下人机交互感知如何影响消费者幸福感——基于自主性的视角	南开管理评论，2021.6，权威 A			第一	
	2	“以情动人”还是“以理服人”？人工智能聊天机器人角色对顾客情感依恋的影响研究	南开管理评论，2023.6，权威 A			第一	
	3	“真心实意”还是“虚情假意”？网红隐性广告赞助披露对消费者品牌态度的双刃剑效应	南开管理评论，2024.5，权威 A			第一	
	4	The quality of physical-electronic hybrid services and its impact on customer loyalty	Service Business, 2022.9，权威 B			第一	

目前承担的主要教学科研项目（4项以内）	序号	项目名称	项目来源	起讫时间		经费	本人承担工作
	1	服务场景中人工智能如何影响消费者幸福感：基于社会认知理论和自我决定理论双重视角	国家自然科学基金	2023.1-2026.12		26万	主要负责人
	2	人工智能聊天机器人角色对顾客情感依恋的影响研究	教育部人文社科项目	2023.11-2025.12		10万	主要负责人
	3	网红隐性广告赞助披露对消费者品牌态度的影响机制及对策研究	江西省社会科学基金	2023.9-2025.12		1万	主要负责人
	4	江西本科高校现代产业学院产教融合协同育人模式的研究与探索	江西省教改重点项目	2024.1-2025.12		2万	主要负责人
目前承担的主要教学工作（5项以内）	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	新零售	本科生	180	32	选修	2022-2024
	2	人工智能营销	本科生	150	32	选修	2022-2024
	3	品牌国际化	本科生	240	16	选修	2020-2023
	4	大数据营销	硕士生	10	16	选修	2023-2024
	5	市场营销专题研究	博士生	12	32	选修	2022-2024
教学管理部门审核意见		签章					

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

6. 教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历毕业学校、专业、学位	最后学历毕业学校、专业、学位	现从事专业	拟任课程	专 职 / 兼 职
1	杨慧	女	60	教授	江西财经学院，工业经济，学士	江西财经大学，产业经济学，博士	市场营销	市场营销学	专职
2	沈鹏熠	男	44	教授	贵州财经大学，工商管理，学士	山东大学，企业管理，博士	市场营销	人工智能营销	专职
3	张孝锋	男	51	教授	兰州理工大学，热处理，学士	南昌大学，管理科学与工程，博士	市场营销	领导学	专职
4	谌飞龙	男	47	教授	宜春农业专科学校，会计电算化专业	中南大学，工商管理，博士	市场营销	移动营销设计	专职
5	刘劲松	男	58	教授	华中农业大学，遗传育种，学士	东北财经大学，产业经济学，博士	市场营销	产业经济学	专职
6	陆淳鸿	男	49	副教授	江西农业大学，农业经济管理，学士	厦门大学，企业管理，博士	市场营销	市场营销学	专职
7	赵星	女	46	副教授	中南民族学院，贸易经济，学士	英国考文垂大学，农业经济，博士	市场营销	全球品牌战略	专职
8	李良贤	男	57	副教授	湖南省水利水电学校，水电站及电力系统	江西财经大学，管理理论与企业管理，博士	市场营销	网络营销	专职
9	金亮	男	35	副教授	西北农林科技大学，农林经济管理，学士	重庆大学，工商管理，博士	市场营销	互联网金融营销	专职
10	汪华林	男	56	副教授	林产工业，东北林业大学，学士	江西师范大学，教育学，硕士	市场营销	客户关系管理	专职

11	吴忠华	男	49	副教授	江西农业大学，动物医学，学士	江西财经大学，企业管理，博士	市场营销	新媒体营销	专职
12	聂春艳	女	35	副教授	湖南大学，市场营销，学士	武汉大学，市场营销，博士	市场营销	数字营销渠道	专职
13	万敏琍	女	50	副教授	芬兰赫尔辛基大学，市场营销，学士	芬兰赫尔辛基大学，市场营销，博士	市场营销	国际市场营销	专职
14	邱文华	男	57	副教授	有色金属冶金，南方冶金学院，学士	海南大学，工商管理，硕士	市场营销	公共关系管理	专职
15	张守刚	男	47	讲师	西安财经大学，贸易经济专业，学士	匈牙利大学，工商管理，博士	市场营销	商务谈判	专职
16	秦川	男	49	讲师	西安建筑科技大学，钢铁冶金，学士	江西财经大学，产业经济学，博士	市场营销	市场调查与分析	专职
17	陈新宇	男	33	讲师	武汉科技大学，人力资源管理，学士	华中农业大学，中小企业管理，博士	市场营销	营销战略管理	专职
18	钟岭	女	52	讲师	中国药科大学，药理学，学士	江西财经大学，管理理论与企业管理，博士	市场营销	数字营销渠道	专职
19	杨琰琰	女	35	讲师	南京林业大学，环境艺术设计，学士	澳门科技大学，工商管理，博士	市场营销	跨境电商运营	专职
20	曹琪	女	27	讲师	武汉理工大学，市场营销，学士	上海财经大学，市场营销，博士	市场营销	绿色营销	专职
21	柯剑春	男	53	讲师	武汉工业大学，工业管理工程，学士	江西财经大学，企业管理，硕士	市场营销	商科大数据通识	专职
22	陈凌云	男	52	讲师	南昌大学，信息管理，学士	江西财经大学，产业经济，硕士	市场营销	消费者行为学	专职

7. 主要课程开设情况一览表

序号	课程名称	课程总学时	课程周学时	拟授课教师	授课学期
1	市场营销学（双）	48	3	赵星	2
2	消费者行为学	32	2	陈凌云	3
3	市场调查与分析	32	2	秦川	4
4	营销策划	32	2	陆淳鸿	5
5	数字营销	32	2	钟岭	6
6	数智品牌管理	32	2	余可发	5
7	数字化营销渠道	32	2	聂春艳	6
8	跨境电商运营	32	2	杨琰琰	5
9	新媒体营销	32	2	吴忠华	4
10	互联网金融营销	32	2	金亮	4

8. 其他办学条件情况表

专业名称		市场营销				开办经费及来源	财政拨款		
申报专业副高及以上职称（在岗）人数		15	其中该专业专职在岗人数	22	其中校内兼职人数	0	其中校外兼职人数	0	
是否具备开办该专业所必需的图书资料		是	可用于该专业的教学实验设备（千元以上）		516 （台/件）	总 价 值 （万元）		130.87	
序号	主要教学设备名称（限 10 项内）				型 号 规 格	台 （件）	购 入 时 间		
1	交换机（电口、光口、服务器）					18	2020		
2	投影仪				NEC 等	23	2016-2020		
3	电脑（含笔记本、台式、一体机等）				联想等	87	2016-2020		
4	打印机、复印机				惠普等	8	2016-2020		
5	监控管理平台及相关软件、监控硬盘等					36	2016-2019		
6	各类服务器及配套软硬件					8	2016-2018		
7	各类摄像机、录像机				索尼等	195	2016-2020		
8	LED 显示屏看板系统（同步时钟）					75	2016		
9	控制讲台					65	2016-2017		
10	SAP 大学生能力中心教学系统技术支持					1	2015		
备注									

9. 学校近三年新增专业情况表

学校近三年（不含本年度）增设专业情况				
序号	专业代码	本/专科	专业名称	设置年度
1	020403T	本科	国际经济发展合作	2023
2	071203T	本科	数据科学	2023
3	080911TK	本科	网络空间安全	2022
4	130204	本科	舞蹈表演	2022
5	040202K	本科	运动训练	2021

10. 增设专业的区分度

一. 增设专业的科学性、合理性

增设数智营销专业不仅是对市场需求的精准把握，更体现了高度的科学性和合理性。首先，从科学性的角度来看，数智营销专业紧密结合了当代数字化、智能化的发展趋势，将先进的科技手段与市场营销理论相融合。这种融合不仅使得营销策略更加精准和高效，同时也反映了营销学科在科技驱动下的创新发展。通过系统学习数智营销，学生能够掌握运用数据分析、人工智能等技术进行市场洞察和策略制定的科学方法，从而更好地适应和引领市场营销的新潮流。

其次，增设数智营销专业也极具合理性。随着数字技术的不断进步，传统营销方式已逐渐无法满足现代商业环境的需求。数智营销专业的设立，正是为了填补这一市场空白，培养具备数字化营销技能的专业人才。这不仅有助于提升学生的就业竞争力，也符合当前及未来市场营销行业的发展趋势。此外，数智营销专业的课程设置和教学方法均经过精心设计，旨在确保学生能够全面掌握数智营销的核心知识和技能，为未来的职业发展奠定坚实基础。

二. 与其他专业的区分

与传统的市场营销专业相比，数智营销专业在课程体系和教学方法上进行了全面的创新。它不仅涵盖了市场营销的基本理论，还深度融合了数据分析、大数据挖掘等前沿技术，使学生能够在掌握传统营销知识的同时，熟练运用现代科技手段进行市场分析、用户画像绘制、精准营销等活动。这种跨学科的知识融合和技能训练，使得数智营销专业的学生在就业市场上具有更强的竞争力和更广泛的职业发展空间。它与市场营销专业主要有以下区分：

1. 专业侧重点不同

数智营销专业注重数字化与智能化技术在营销中的应用，强调数据驱动决策，培养学生运用大数据、人工智能等技术进行精准营销的能力。市场营销专业则更侧重于传统的营销理论与实践，包括市场调研、品牌管理、广告策划等，旨在培养学生掌握全面的市场营销知识和技能。

2. 技能要求不同

数智营销专业的学生需要掌握数据分析和挖掘技能，能够熟练运用各种数字化营销工具和平台，以实现个性化的营销策略。市场营销专业的学生则需要具备更广泛的市场营销技能，包括市场调研、消费者行为分析、销售管理等。

3. 就业方向有所差异

数智营销专业的毕业生更可能进入数字化营销公司、大数据分析机构或互联网企业的营销部门工作。市场营销专业的毕业生则可以在各类企业中担任市场营销相关职位，负责全面的市场营销工作。

综上所述，数智营销专业与市场营销专业在侧重点、技能要求和就业方向上均存在显著差异。数智营销更加注重数字化与智能化技术的应用，而市场营销侧重于传统的市场营销理论。

三. 专业名称的规范性

从名称的准确性而言，“数智营销”这一名称准确地反映了该专业的核心内容和特色。“数”代表数字化技术，“智”则代表智能化策略，两者结合即体现了该专业将数据分析和人工智能等技术应用于市场营销的特点。这一名称没有歧义，能够清晰地传达出专业的主要方向和培养目标。

从名称的前瞻性而言，“数智营销”这一名称不仅体现了当前市场营销领域的发展趋势，也具有一定的前瞻性。随着数字化和智能化的快速发展，未来的营销方式将更加依赖于数据和智能技术。因此，“数智营销”这一名称能够很好地适应未来市场的发展需求，为学生提供更具有前瞻性的专业知识和技能。

从名称的规范性而言，“数智营销”这一名称符合专业命名的规范性要求。数智营销专业的名称充分体现了专业的核心内容和培养目标。该名称简洁明了，既突出了数字化和智能化的特色，又明确了营销的专业方向，便于学生、家长和用人单位理解和识别。此外，该专业还注重与行业的紧密联系和合作，通过校企合作、实习实训等方式，确保学生所学的知识和技能能够与实际工作需求无缝对接，从而为学生未来的职业发展奠定坚实的基础。

注：增设尚未列入《专业目录》的新专业填写，国家控制布点的专业不需填写。

11. 增设专业的基本要求

按照我校数智营销专业人才培养目标的要求，数智营销专业的学生经过系统的本科阶段学习，应逐步构建起自己适应职业标准体系，具体包括知识体系标准，能力体系标准以及人格体系标准。

毕业要求 1：树立科学的世界观和正确的人生观，愿为国家富强、民族振兴服务；具有全球视野和为人类进步服务的意识；具有高尚的道德品质，能体现人文和艺术方面的高素养；具有良好的心理素质，在市场营销实践中积极应对危机和挑战。

毕业要求 2：掌握必要的人文社会科学基础知识和自然科学基础知识，包括：经济学、社会学、哲学和历史等社会科学知识；社会、经济和自然界的可持续发展知识；政治、法律法规、国内外市场机制方面的政策和管理知识；微积分、线性代数和概率论等高等数学基础知识；了解当代科学技术发展的其他主要方面和应用前景。

毕业要求 3：掌握宽厚的数智营销专业知识和相关领域科学知识，包括：西方经济学、管理学原理、统计学、会计学、运营管理、人力资源管理、市场营销学等学科基础课程知识；市场调查与分析、消费者行为学、数智品牌管理、数字营销渠道、新零售、互联网金融营销等市场营销专业课程知识；商务谈判、网络直播营销、短视频运营管理等方面等专业技能知识；以及与市场营销专业相关的行为经济学、物流学、领导学、管理哲学等知识。

毕业要求 4：掌握基本的数智营销研究领域的知识和技术。包括：熟练掌握英语，具有很强的英文写作和表达能力；了解信息科学基础知识，掌握文献、信息、资料检索的一般方法；掌握统计学计算方法、计量经济学的模型构建、计算机基本知识和市场营销相关软件应用技术。

毕业要求 5：具有获取知识和继续学习能力。了解市场营销和相关学科的发展方向；知晓国际营销的惯例和规则；能自主学习，提高个人和集体的工作效率；能利用多种方法进行查询和文献检索，以获取并分析信息

毕业要求 6：掌握解决市场营销问题的研究方法和技术手段；能从事策划、公关、广告、销售等相关职能，并设计和制定营销战略、营销策划方案、促销方案、销售方案、渠道政策方案、广告方案等工作。

毕业要求 7：综合运用所学理论、技术方法和手段，学会发现问题、分析问题并解决问题。包括：从实践中发现问题、了解问题；定义问题的相关因素、进行定性分析，并提炼问题；建立模型，采用理论分析、实验等手段进行具体分析；提出解决方法和建议。

毕业要求 8: 面对当今复杂的营销问题，能恰当选择和使用大数据分析工具，通过营销数据指标分析、营销数据建模、营销模拟实践等方式进行深入研究。

毕业要求 9: 具有较强的文字表达能力、语言表达能力和交流能力；具有良好的人际交往能力.，具有在学科内、跨学科、多学科领域以及跨文化背景进行合作的初步能力；勇于挑战 and 接受挑战，具有较强的竞争意识和竞争能力。

注：增设尚未列入《专业目录》的新专业填写，国家控制布点的专业不需填写。

12. 校内专业设置评议专家组意见表

总体判断拟开设专业是否可行		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
<p>理由：</p> <p>在数字化程度和互联网广告普及率双高的中国，营销和数字技术相结合是必然趋势。数智营销专业申报依照“必要性→可行型→如何做”的逻辑撰写，阐述清楚明确、定位精准，该专业拥有 23 位市场营销专业教师，还与美国、英国等 20 多所国（境）外高校、科研机构开展多层次合作；依托市场营销专业和数据科学与大数据技术专业教学资源，以及多年本科、研究生教育培养经验，能够有效保障该专业的教学质量；拥有专精特新企业研究中心、案例中心、产业集群与企业发展研究中心等多个科研平台，拥有中央与地方共建优势学科实验室，与中国移动、苏宁物流、上海链家等均开展深入校企合作，满足数智营销专业教育在教学资源与平台方面的需求。为保证该专业的落实，有以下几点建议：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在培养方案中，市场营销课程偏多，还需要挖掘其他科技类课程，并适当增加合作企业的授课课时； 2. 校内和企业教师搭配合理，但企业教师的行业背景可以进一步细化； 3. 加强对学生就业去向、企业人才需求方面的数据和论证。 <p>综上所述，校内专业设置评议专家组成员一致同意推荐该专业申报 2024 年度普通高等学校本科专业。</p> <p style="text-align: right;">专家组组长签字：谭光兴</p> <p style="text-align: right;">2024 年 5 月 24 日</p>		
拟招生人数与人才需求预测是否匹配		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
本专业开设的基本条件是否符合教学质量国家标准	教师队伍	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	实践条件	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	经费保障	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
专家签字		
专家姓名	工作单位	签字
谭光兴	江财财经大学	谭光兴
段秋霞	太古可口可乐江西分公司	段秋霞
李佳萍	江西李渡酒业销售有限公司	李佳萍
张征华	江西农业大学	张征华
赵建彬	东华理工大学	赵建彬