

市场学系专业介绍

厦门大学“市场学系”旨在培养营销英才，驰骋全球市场。为此，市场学系借鉴国内外顶尖商学院的师资队伍建设和课程设置经验并结合中国的本土特色实践，贯彻各种“产学研一体化”教学为各类学生提供优质的市场营销专业教育。

目前，市场学系现有专职教师 8 名，其中教授 2 名，副教授 3 名，助理教授 3 名。所有老师均具有博士学位（其中，70%以上老师拥有海外知名高校的博士学位），主要来源院校包括美国 Case-Western Reserve University, 美国 Florida University, 澳洲 Monash University, 英国 Durham University, 韩国 Korea University, 香港 Hongkong University 等。

本专业的课程设置突出强调：科学先进性、紧跟时代潮流和能力应用导向。故此，本专业开设了 5 门必修课程，即社会心理学、生产运作管理、人力资源管理、消费者行为、营销调研，以帮助学生建立必要的管理和营销管理基础知识。市场营销专业还设计了两大特色模块的课程供学生选择：“战略营销”与“营销分析”。其中，战略营销模块的目的是为了培养对公司品牌战略和品牌资产负责的“品牌经理”，具体课程包括品牌营销、整合营销传播、商业模式创新、战略营销和营销策划等；而营销分析模块则是为了培养具备市场研究分析能力及数据库管理能力的“营销分析师”，具体课程包括 SPSS 统计软件应用、数据挖掘技术、网站分析、数据库营销、客户关系管理等。

再次，市场营销专业还设计了将市场营销基础知识应用于不同环境及行业的课程内容，如 B2B 营销、服务营销、网络营销、国际营销等，以保证学生能够适应不同行业的要求。同时，为了保证学生了解职场的情况，适应未来职场和社会的要求，本专业还会开设商务礼仪、推销技巧、广告设计与制作、危机公关、企业形象设计(CIS)等其它相关学科课程。

目前市场学系正积极与福建中烟集团、建发集团等多家公司开展合作，共同打造市场营销实习基地，为学生提供营销实践的广阔平台。

随着我国经济的发展，市场营销专业的需求缺口却越来越大。市场营销的就业前景非常广阔。本专业的毕业生可在跨国公司、外资企业、国有企业、民营企业等从事市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理等工作。