

普通高等学校本科专业设置申请表

校长签字：

学校名称（盖章）：安徽财经大学

学校主管部门：安徽省

专业名称：大数据营销

专业代码：

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：2020-07-19

专业负责人：李永发

联系电话：0552-3173067

教育部制

1. 学校基本情况

学校名称	安徽财经大学	学校代码	10378
主管部门	安徽省	学校网址	http://www.aufe.edu.cn
学校所在省市区	安徽蚌埠安徽省蚌埠市曹山路962号	邮政编码	233030
学校办学基本类型	教育部直属院校 其他部委所属院校 地方院校 公办 民办 中外合作办学机构		
已有专业学科门类	哲学 理学	经济学 工学	法学 农学 医学 管理学 艺术学
学校性质	综合 语言	理工 财经	农业 政法 林业 体育 医药 艺术 师范 民族
曾用名	安徽财贸学院		
建校时间	1959	首次举办本科教育年份	1959年
通过教育部本科教学评估类型	审核评估	通过时间	2017年12月
专任教师总数	1211	专任教师中副教授及以上职称教师数	518
现有本科专业数	58	上一年度全校本科招生人数	5050
上一年度全校本科毕业生人数	4953	近三年本科毕业生平均就业率	92.99%
学校简要历史沿革	安徽财经大学于1959年5月始建于安徽合肥，时名为安徽财贸学院。1961年迁址蚌埠市，校址设在交通路。1983年，校本部迁至龙湖西校区，先后隶属于中华全国供销合作总社、商业部、国内贸易部。2004年5月，经教育部批准，学校更名为安徽财经大学。学校现有龙湖东、西两个校区，占地总面积928657平方米，		
学校近五年专业增设、停招、撤并情况	学校近五年新增专业分别是：2015年新增传播学、网络与新媒体、统计学（中外合作）、国际商务（中外合作）、体育经济与管理；2016年新增互联网金融专业，2017年新增数据科学与大数据技术专业、广播电视编导专业，2019年新增数字经济、应用统计学（中外合作）和人工智能专业。近五年连续停招专业是纺织工程专业。2019年撤销专业：国际政治、社会工作、汉语言文学、英语、传播学、管理科学、房地产开发与管理、公共事业管理、体育经济与管理、广播电视编导、服装与服饰设计、文化产业管理。		

2. 申报专业基本情况

申报类型	新增目录外专业		
专业代码		专业名称	大数据营销

学位授予门类	管理学	修业年限	四年
专业类	工商管理类	专业类代码	1202
门类	管理学	门类代码	12
所在院系名称	工商管理学院		
学校现有相近专业情况			
相近专业1专业名称	市场营销	开设年份	1991年
相近专业2专业名称	-	开设年份	-
相近专业3专业名称	-	开设年份	-

3. 申报专业人才需求情况

申报专业主要就业领域	政府机构、商业银行、证券公司，企业		
人才需求情况	<p>随着我国“互联网+传统行业”的升级、智慧城市的建设以及数字经济的进一步普及，大数据、云计算、人工智能等技术的运用已经给各个产业以及地域带来日新月异的变化，大数据管理与应用专业人才市场需求势必会越来越大。根据前瞻产业研究院发布的《2018-2023年中国大数据产业发展前景与投资战略规划分析报告》，在2017年，产业创新创投数据平台评选出的“大数据创新Top100”中，数据加工分析的公司达到19家，占比19%，金融大数据14家，营销大数据13家，数据采集、数据存储与数据可视化均为5家紧随其后。数据加工分析与数据可视化作为其他大数据项目的核心技术部分，占到榜单24%，在应用领域，金融大数据和营销大数据共占到了26%的份额，也预示着未来这两个领域会有更大的发展。</p> <p>由大数据产业生态联盟联合赛迪顾问共同完成的《2019中国大数据产业发展白皮书》预测到2025年全国大数据核心人才缺口达230万人。大数据、云计算、AR\ VR、人工智能等技术赋能企业数字化升级，给企业的传统市场营销也带来了前所未有的巨大冲击，对掌握大数据营销的人才需求就上升到了新的高度。传统的市场营销型人才的普遍存在的问题是对数据的理解和分析能力严重不足，对数据的利用形式和方法也缺乏科学性，导致企业营销决策失误，缺乏针对性与有效性，因此培养大数据营销人才也是大势所趋。</p> <p>大数据营销专业旨在培养适应行业和服务地方经济社会发展需要的，以现代营销理论知识为基础，适应大数据与互联网行业、制造业、现代服务业等行业深度融合发展需要，能在企事业单位从事基于大数据与互联网的营销调研分析、营销策划及现代营销运营与管理等工作，具有一定创新精神的高素质大数据营销应用型人才。毕业生有机会从事商业分析、数据科学等相关的研究生学习；也可以到政府经济管理部门和企事业单位从事数据营销分析、数据营销决策和大数据营销管理等工作。</p>		
申报专业人才需求调研情况	年度招生人数		50
	预计升学人数		5
	预计就业人数		45
	三只松鼠		45

4. 申请增设专业人才培养方案

申请增设专业人才培养方案

(包括培养目标、基本要求、修业年限、授予学位、主要课程、主要实践性教学环节和主要专业实验、教学计划等内容)(如需要可加页)

一、培养目标

培养践行社会主义核心价值观，坚持立德树人，坚持德、智、体、美、劳全面发展，富有诚信笃行品德和社会责任感，具有国际化视野，扎实的多学科专业基础，熟悉行业专门知识，兼具大数据思维和数据分析能力，富有创造力和执行力，适应经济社会发展需要的新时代高层次应用型专门人才。本专业方向要求学生掌握管理学、统计学、计算机科学的基础理论；具备市场营销的专业知识和实践技能；熟悉当代市场营销的新理论、新方法和新技术；熟练掌握大数据分析技能；能够创造性地利用大数据解决实际营销管理和决策问题，并具备初步科学研究的潜质。

二、专业培养特色

本专业方向注重学生大数据营销的研究能力、实践技能和创新意识。着力打造大数据营销课程体系，使学生掌握扎实的市场营销管理、计算机和统计学等多学科专业基础知识，以学科特区和研究中心为实践平台，引导和帮助学生将专业知识和素质向服务于地方、区域和行业的能力转化。

三、修业年限与学位授予

1. 学制：4年，修业年限可为3-6年；申报获批创新创业休学、应征参加中国人民解放军（含中国人民武装警察部队）的本科学生，最长修业年限为8年。

2. 毕业要求：毕业学分要求160学分。课外教学学分要求（11学分）：包括社会责任教育与其他课外教学素质拓展（10学分），如社会实践、志愿服务、第二课堂等；劳动教育活动（1学分）。进入培养方案而不计入课堂教学的学分，为在校学生课外活动必修。

3. 学位：授予管理学学士学位。

四、主要课程

本专业方向注重强化学生的多学科专业基础和大数据分析技能，使学生能够胜任专门工作，并为将来进一步学习深造打下扎实的基础。

本专业的主干课程包括：管理学、企业战略管理、会计学、财务管理、人力资源管理、运营管理、市场营销学、消费者行为学、市场调查与研究、数字营销、营销数据挖掘、营销数据分析、大数据营销、客户关系管理、商业模式创新等核心课程。

五、毕业生应获得的知识和能力

本专业方向的学生不仅具有广阔的国际化视野、丰富的专业知识，还具备熟练的大数据分析技能，并拥有良好的创新能力和沟通能力。毕业生可以进入互联网、银行、证券、保险、房地产等多个行业工作，或者前往国内外知名高校相关专业深造学习。

六、本专业第二学位、辅修培养方案（课程体系与教学计划）

表 2 辅修课程

序号	课程号	课程名	建议修读学期	学分
1	SAH1131001	管理学	2	3
2	SAH1121006	市场营销学	3	3
3	SAI1121003	企业战略管理	4	2
4	SMH1132901	统计学	3	3
5	18AC0147	会计学	2	2
6	ECH1131001	微观经济学	2	3
7	ECH1121002	宏观经济学	3	2
8	18AC0144	财务管理	5	2
9	SAI1132010	市场调查与预测	4	3
10	18SA0132	数字营销	6	1
11	SAI1122038	营销数据分析	6	2
12	SAI1121014	营销数据挖掘	5	2
13	18SA0128	消费者行为学	5	2
14	SAI1121012	商业模式创新	5	2
15	SAI1122013	电子商务概论	5	1
16	18SA0112	品牌管理	6	1
17	18SA0130	大数据营销案例	6	2
		毕业论文	8	4
合计				40

七、课外专业阅读书目与相关专业网站

1. 课外专业阅读书目

类型	书名	著者	出版社	出版年份	语种
管理	营销管理（第15版）	科特勒，科勒	格致出版社	2016	中文
经济	经济学原理（第7版）	曼昆	北京大学出版社	2015	中文
经济	国富论	亚当·斯密	商务印书馆	2014	中文
管理	科学管理原理	弗雷德里克·泰罗	北京理工大学出版	2013	中英
管理	工业管理与一般管理	亨利·法约尔	机械出版社	2012	中文
社会	新教伦理与资本主义精神	麦克斯·韦伯	北京大学出版社	2012	中文
管理	管理：使命、责任、实务	彼得·德鲁克	机械工业出版社	2009	中文
管理	竞争战略	迈克尔·波特	中信出版社	2014	中文
管理	第五项修炼：学习型组织的艺术与实践	彼得·圣吉	中信出版社	2009	中文
管理	基业长青	柯林斯	中信出版社	2009	中文
管理	社会化媒体：起源、发展与应用	宋凯	中国传媒大学出版社	2018	中文
管理	激荡三十年（上下）	吴晓波	中信出版社	2014	中文
管理	销售团队管理	马丁尼	电子工业出版社	2013	中文
管理	服务营销（原书第6版）	泽丝曼尔	机械工业出版社	2015	中文
管理	人力资源管理	德斯勒	中国人民大学出版社	2012	中文
管理	体验经济	约瑟夫·派恩	机械工业出版社	2016	中文
管理	品牌大师：塑造成功品牌的20条法则	阿克	中信出版社	2015	中文
管理	国际物流运营与电子商务管理	蒋元涛	光明日报出版社	2013	中文
管理	网络思维：引领网络社会时代的工作与思维方式	乌尔里希·温伯格	机械工业出版社	2017	中文
文化	商道流芳录——中国商业文化百例	黄绍筠	浙江工商大学出版社	2013	中文

2. 相关专业网站

网站	中国营销网： http://www.hizcn.com/	中文
网站	中华老字号信息管理网： http://zhzh.mofcom.gov.cn/	中文
网站	销售与市场第一营销网： http://www.cmmo.cn/	中文
网站	中国营销传播网： http://www.emkt.com.cn/	中文
网站	中国广告网： http://www.cnad.com/	中文
网站	世界品牌实验室网： http://www.worldbrandlab.com/	中文
网站	安徽财经大学消费者行为研究中心： http://xfz.aufe.edu.cn/	中文

八、大数据营销专业指导性教学安排表

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时	学时分配			课程属性	开课学期	学分要求	考试方式
						课内周学时	上机	实验				
思政理论与实践		18PD1009	中国近现代史纲要	2	36	3			必修	二	16	考试
		18PD1011	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	5			必修	四		考试
		18PD1010	思想道德修养与法律基础	2	36	3			必修	一		考查
		18PD1012	马克思主义基本原理概论	2	36	3			必修	三		考试
		PDA2121005	形势与政策	2	64	2			必修	全		考查
		18PD1008	思想政治理论课实践课程	4	72			72	必修			考查
外语		18FL1059	英语精读 (4)	1	36	2			选修	四	8	考查
		18FL1058	英语精读 (3)	1	36	2			选修	三		考查
		18FL1057	英语精读 (2)	1	36	2			必修	二		考试
		18FL1056	英语精读 (1)	1	30	2			必修	一		考试
		18FL1063	英语听说 (4)	1	36	2		36	选修	四		考查
		18FL1062	英语听说 (3)	1	36	2		36	选修	三		考查
		18FL1061	英语听说 (2)	1	36	2		36	必修	二		考试
		18FL1060	英语听说 (1)	1	30	2		30	必修	一		考试
数学		SMG1131005	微积分 (上)	3	72	3			必修	一	11	考试
		SMG1131006	微积分 (下)	3	72	3			必修	二		考试
		SMG1121004	线性代数	2	54	2			必修	三		考试
		SMG1131004	概率论与数理统计	3	54	3			必修	四		考试
通识教育	信息技术与应用	18MT0011	Python 语言	2	36	2		36	必修	三	10	考试
		18MT0012	大数据分析与应用	2	36	2		36	必修	四		考查
		18SM0102	数据科学导论	2	36	2			必修	三		考试
		MTG1123011	计算机应用基础	2	30	2		30	必修	一		考试
		MTG1123012	数据库应用	2	36	2		36	必修	二		考试
	专题讲座	按照《安徽财经大学讲学类课程实施方案》规定执行								2		考查
	18FL0180	写作与沟通	2	36	2			必修	二	2	考查	
体育		PTA2113001	体育 1	1	30	2		30	必修	一	2	考查
		PTA2113002	体育 2	1	36	2		36	必修	二		考查
		PEN2123001	军事训练	2	36	2		36	必修	一	2	考查
		18S01002	大学生劳动、安全与心理健康教育	3	48	3			必修	一	3	考查
通识选修	通识选修-经济与管理										1	考查
	通识选修-文化与艺术										2	
	通识选修-社会科学										1	
	通识选修-自然科学										1	
	通识选修-体育与竞技										2	

学科基础	核心课程	SFH1121001	金融学	2	36	2			必修	四	21	考试	
		ECH1131001	微观经济学	3	54	3			必修	二		考试	
		ECH1121002	宏观经济学	2	36	2			必修	三		考试	
		SAH1131001	管理学	3	54	3			必修	二		考试	
		SAI1132009	市场营销学	3	54	2.5		9	必修	三		考试	
		SAI1121003	企业战略管理	2	36	2			必修	四		考试	
		18AC0147	会计学	2	36	2			必修	二		考试	
		18AC0144	财务管理	2	36	2			必修	五		考试	
		18LS0118	经济法	2	36	2			必修	四		考试	
	交叉课程	SAI1132010	市场调查与预测	3	54	2.5		9	必修	四	9	考试	
		SMH1132101	统计学	3	54	3			必修	三		考试	
		18MT0189	管理信息系统	2	36	2			必修	三		考试	
		18MT0190	管理信息系统（实验）	1	18	2		18	必修	三		考查	
	专业理论与实践	专业必修课	18jw1001	专业导论 1	0.2					必修	一	14	考查
			18jw1002	专业导论 2	0.2					必修	一		考查
			18jw1003	专业导论 3	0.2					必修	二		考查
			18jw1004	专业导论 4	0.2					必修	三		考查
			18jw1005	专业导论 5	0.2					必修	三		考查
			18SA0112	品牌管理	1	18	2			必修	六		考查
18SA1069			营销数据分析	2	36	2		4	必修	六	考查		
18SA0132			数字营销	1	18	2			必修	六	考查		
18SA0128			消费者行为学	2	36	2		9	必修	五	考试		
18SA1071			营销策划	1	18	2		4	必修	五	考试		
SAI1122013			电子商务概论	2	36	2		12	必修	五	考试		
SAI1121014			营销数据挖掘	2	36	2		2	必修	五	考试		
18SA1070			新媒体营销	2	36	2		9	必修	六	考试		
专业选修课			18SA0146	市场营销专题与写作	1	18	2			选修	七		13
		18SA0130	大数据营销案例	1	18	2			选修	七	考查		
		18SA0148	营销模拟	1	18	2			选修	七	考查		
		18SA0180	人力资源管理	1	18	2			选修	六	考查		
		18SA0162	物流管理	1	18	2			选修	七	考查		
		18SA0232	创业营销	1	18	2			选修	五	考查		
		18SA0133	公共关系学	1	18	2			选修	六	考查		
		18SA0134	组织市场营销	1	18	2			选修	六	考查		
		18SA0136	广告与整合管理	1	18	2			选修	六	考查		
		18SA0137	国际市场营销	1	18	2			选修	六	考查		
		18SA0139	沟通礼仪与艺术	1	18	2			选修	五	考查		
		18SA0140	网店经营与管理	1	18	2			选修	五	考查		
18SA0141		零售管理	1	18	2			选修	五	考查			
18SA0116	营销渠道管理	1	18	2			选修	七	考查				
18SA0117	企业形象设计	1	18	2			选修	五	考查				
18SA0142	市场营销专业英语	1	18	2			选修	七	考查				
18SA0143	营销战略管理	1	18	2			选修	六	考查				

	18SA0144	商业模式创新	1	18	2			选修	七		考查	
	18SA0145	客户关系管理	1	18	2			选修	七		考查	
创新创业必修课	18SA0014	创业原理	2	36	2			必修	二	8	考试	
	SOL2111001	就业指导	1	18	1			必修	六		考查	
	bylw	毕业论文	4	按照《安徽财经大学本科毕业论文(设计)工作管理办法》规定执行							考查	
	PEN2113001	专业调查与实习	1	按照《安徽财经大学专业调查与实习实施方案》规定执行							考查	
	专题讲座	按照《安徽财经大学讲学类课程实施方案》规定执行									2	考查
学科竞赛	按照《安徽财经大学学科竞赛类学分认定指南》规定执行									10	考查	
跨专业综合实验	ETI1133002	管理类综合实验课	3	54	3		54	必修	六	5	考试	
	ETJ1123001	ERP跨专业综合实训	2	36	2		36	必修	六			
创新创业选修课	2018TS101	创业创新执行力	.5	36	.5	18	18	选修	一	3	考查	
	2018TS194	设计创意生活	.5	34	.5			选修	一		考查	
	2018TS211	求职OMG大学生就业指导与技能开发	.5	34	.5			选修	一		考查	
	2018TS212	创业管理-易学实用的创业真知	.5	24	.5			选修	一		考查	
	2018TS213	大学生创业概论与实践	.5	34	.5			选修	一		考查	
	2018TS214	创践——大学生创新创业实务	.5	34	.5			选修	一		考查	
	2018TS216	商业伦理与企业社会责任	.5	34	.5			选修	一		考查	
	2018TS217	创造性思维与创新方法	.5	34	.5			选修	一		考查	
	2018TS345	网络创业理论与实践	.5	10				选修	一		考查	
	2018TS346	创新思维训练	.5	10				选修	一		考查	
	2018TS347	创新创业大赛赛前特训	.5	10				选修	一		考查	
	2018TS348	商业计划书的优化	.5	10				选修	一		考查	
	2018TS349	创业法学	.5	24				选修	一		考查	
	2018TS350	创业人生	.5	27				选修	一		考查	
	2018TS091	创业管理实战	.5	17	.5	17	34	选修	一		考查	
	2018TS095	创业创新领导力	.5	36	.5	18	18	选修	一		考查	
	KF1031	大学生创新创业项目申报与结	1	18	1			选修	一		考查	
	KF1032	互联网+大学生创新创业大赛	1	18	1			选修	一		考查	
	18SF1001	金融研究能力培养	1	36	1			选修	一		考查	
	18IT1001	企业决策模拟实验	1	36	1			选修	一		考查	
18SA0017	商业模式创新	2	34	2			选修	一	考查			
18SA1002	创新文化	1	36	1			选修	一	考查			
18SA1004	创造力与创新思维	1	36	1			选修	一	考查			
18SA1006	职业生涯与发展规划	1	36	1			选修	一	考查			

	18SA1008	创新方法与应用	1	36	1			选修	一	12	考查
	18SA1011	创业基础与案例分析	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1013	创业理论与实践	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1015	创业营销	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1018	商业机会识别	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1020	商业计划书撰写	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1022	网络创业	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1024	创业实践活动	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1026	企业经营模拟训练	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1028	营销模拟	1	36	1			选修	一		考查
	18SA1030	创新实践活动	1	36	1			选修	一		考查
	18SM1001	数学建模方法	1	36	1			选修	一		考查
	18MT1001	电子设计实训	1	36	1			选修	一		考查
	18FL1001	文化创意	1	36	1			选修	一		考查
分类教育	FLM2221001	商务英语	2	36	2			选修	四	考查	
	18FL0067	六级听说	2	36	2			选修	三	考查	
	18FL0066	六级读写	2	36	2			选修	三	考查	
	FLM2221011	GRE 英语	2	36	2			选修	六	考查	
	18SM0064	数学三选讲（下）	4	72	4			选修	六	考查	
	18SM0063	数学三选讲（上）	4	72	4			选修	五	考查	
	18PD0065	考研政治	2	36	2			选修	六	考查	
	18FL1076	考研英语 2	2	36	2			选修	六	考查	
	18FL1075	考研英语 1	2	36	2			选修	五	考查	
	18FL0071	托福听说	2	36	2			选修	六	考查	
	18FL0070	托福读写	2	36	2			选修	六	考查	
	18FL0069	雅思听说	2	36	2			选修	五	考查	
	18FL0068	雅思读写	2	36	2			选修	五	考查	
	18FL1184	留学俄语	2	36	2			选修	四	考查	
	18FL1185	留学韩语	2	36	2			选修	四	考查	
	18FL1186	留学法语	2	36	2			选修	四	考查	
	18FL1187	留学日语	2	36	2			选修	四	考查	
	18FA0142	行政职业能力测试	2	36	2			选修	六	考查	
	FAM2221005	申论	2	36	2			选修	七	考查	
	18FA0143	面试技能	2	36	2			选修	七	考查	
	创新创业实践类课程	按照《安徽财经大学创新创业类学分认定指南》规定执行							考查		

注：1. 思想政治理论课实践课程在第一、二、三、四学期开设，按照《安徽财经大学思想政治理论课实践实施细则》的规定执行；

2. 2020 级学生（不包括艺术类、语言类专业）必须获得英语精读（1、2）和英语听说（1、2）4 个学分；

3. 在第一学年参加全国大学英语四级考试成绩 ≥ 425 分的 2020 级学生，可以获得 4 个学分的奖励学分，可以不参加英语精读（3、4）、英语听说（3、4）的修读；

4. 在第一学年参加全国大学英语四级考试成绩 < 425 分的 2020 级学生，必须参加英语精读（3、4）、英

语听说（3、4）的修读；

5. 通识选修-文化与艺术、通识选修-体育与竞技规定的学分认定按照《安徽财经大学文学艺术俱乐部实施方案（试行）》《安徽财经大学体育俱乐部实施方案（试行）》规定执行。

5. 教师及课程基本情况表

5.1 专业核心课程情况表

课程名称	课程总学时	课程周学时	拟授课教师	授课学期
管理学	72	3	张薇薇、白文周	2
市场营销学	54	3	胡旺盛、孙德良、周本存	3
企业战略管理	54	2	焦晓波	4
统计学	54	3	高巍	3
会计学	36	2	孙国萍、李常安	2
微观经济学	36	3	喻珺、李强	2
宏观经济学	36	2	喻珺、李强	3
财务管理	36	2	李霞、鲍群	5
市场调查与预测	36	3	冯林燕、徐伟、张莹	4
数字营销	36	1	任玲玉、赵中昭	6
营销数据分析	18	2	王平水、李永发	6
营销数据挖掘	18	2	徐勇	5
消费者行为学	36	2	张莹、王丽、赵中昭	5
商业模式创新	18	2	李永发、赵中昭	5
电子商务概论	18	1	张宇婷、杨栋	5
品牌管理	18	1	徐伟、晋雪梅	6
大数据营销案例	18	2	徐伟、冯林燕	6
管理学	72	3	张薇薇、白文周	2
市场营销学	54	3	胡旺盛、孙德良、周本存	3
企业战略管理	54	2	焦晓波	4
统计学	54	3	高巍	3
会计学	36	2	孙国萍、李常安	2
微观经济学	36	3	喻珺、李强	2
宏观经济学	36	2	喻珺、李强	3
财务管理	36	2	李霞、鲍群	5
市场调查与预测	36	3	冯林燕、徐伟、张莹	4
数字营销	36	1	任玲玉、赵中昭	6
营销数据分析	18	2	王平水、李永发	6
营销数据挖掘	18	2	徐勇	5
消费者行为学	36	2	张莹、王丽、赵中昭	5
商业模式创新	18	2	李永发、赵中昭	5
电子商务概论	18	1	张宇婷、杨栋	5
品牌管理	18	1	徐伟、晋雪梅	6
大数据营销案例	18	2	徐伟、冯林燕	6

5.2本专业授课教师基本情况表

姓名	性别	出生年月	拟授课程	专业技术职务	学历	最后学历 毕业学校	最后学历 毕业专业	最后学历 毕业学位	研究领域	专职 /兼 职
周本存	男	1962-10	市场营销学、商务谈判、组织市场营销	副教授	大学本科	黑龙江商学院	商业经济	学士	市场营销、创业营销	专职
王唤明	男	1980-03	大数据与营销策划	讲师	研究生	安徽财经大学	企业管理	硕士	营销策划、徽商文化	专职
苏晴	女	1977-03	广告语整合营销	讲师	研究生	安徽财经大学	政治经济学	硕士	市场营销	专职
赵中昭	女	1981-10	市场营销学、消费者行为学、网络营销	讲师	研究生	安徽财经大学	旅游管理	硕士	网络消费行为	专职
晋雪梅	女	1977-11	品牌管理	副教授	研究生	安徽财经大学	企业管理	硕士	品牌管理	专职
任玲玉	男	1975-01	新媒体营销	副教授	研究生	中国科学院	管理科学与工程	博士	市场创新	专职
白文周	男	1964-11	市场营销学、公共关系	副教授	大学本科	安徽财贸学院	商业经济	学士	三农问题与经济管理	专职
王丽	女	1972-09	消费者行为、市场营销学	副教授	研究生	安徽财经大学	会计学	硕士	市场营销	专职
孙德良	男	1972-06	市场营销学、国际市场营销	讲师	研究生	安徽此案经大学	企业管理	硕士	创新创业管理	专职
冯林燕	女	1981-08	市场调查与分析、市场营销学	讲师	研究生	安徽财经大学	企业管理	硕士	品牌管理与消费者行为	专职
焦晓波	男	1968-10	市场营销学	教授	研究生	南开大学	企业管理	博士	战略营销与创业营销	专职
王平水	男	1972-05	营销数据分析	教授	研究生	南京航空航天大学	计算机应用	博士	隐私保护与大数据分析	专职
徐勇	男	1978-01	营销数据	教授	研究生	合肥工业	计算机应	硕士	数据挖掘与社会	专职

			挖掘			大学	用		算	
徐伟	男	1980-11	市场营销学、品牌管理	教授	研究生	上海财经大学	市场营销	博士	品牌管理	专职
张莹	女	1970-11	市场营销学、消费者行为	教授	研究生	东华大学	企业管理	博士	消费者行为	专职
胡旺盛	男	1968-10	市场营销学、销售管理	教授	研究生	厦门大学	工商管理	硕士	市场营销	专职
李永发	男	1975-03	商业模式创新 营销数据分析	教授	研究生	东南大学	管理科学与工程	博士	商业模式创新	专职
宋思根	男	1972-08	市场调查与预测	教授	研究生	上海财经大学	企业管理	博士	消费者行为	专职

5.3 教师及开课情况汇总表

专任教师总数	18		
具有教授（含其他正高级）职称教师数	8	比例	44.44%
具有副教授及以上（含其他副高级）职称教师数	13	比例	72.22%
具有硕士及以上学位教师数	16	比例	88.89%
具有博士学位教师数	7	比例	38.89%
35岁及以下青年教师数	0	比例	00.00%
36-55岁教师数	17	比例	94.44%
兼职/专职教师比例	0:18		
专业核心课程门数	34		
专业核心课程任课教师数	18		

6. 专业主要带头人简介

姓名	焦晓波	性别	男	专业技术职务	教授	行政职务	创新创业教学部主任
拟承担课程	市场营销学			现在所在单位	安徽财经大学		
最后学历毕业时间、学校、专业	2007年6月毕业于 南开大学企业管理专业						
主要研究方向	战略营销、创业营销、创业管理						
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主持安徽财经大学教研项目《企业战略管理》精彩一课（ACJCYK201307）（2013-2015）； 2. 主持安徽财经大学教研重点项目“基于建构主义理论的企业战略管理课程教学模式改革与实践”（ACJYZD201412）2016年12月结项； 3. 主持2018校级规划教材《大学生创业启程》（acghjc201805），2020年7月结项； 4. 主持2018校级教研重大项目：建设新经管创新创业课程模式优化研究（acjy201809zd）2020年7月结项； 5. 副主编《大学生创业启程》第2版，入选校级一流教材，acyljc2019192111，机械工业出版社，2019； 6. 主编《现代企业管理：理论与实务》，合肥工业大学出版社，2009； 7. 副主编《人力资源管理》，机械工业出版社，2009； 8. 参编《战略管理》，东北财经大学出版社，2016； 9. 新经管战略下创新创业创造人才培养模式构建与实践，PX-122192114，校级教学成果三等奖 2019. 7； 10. 新经管战略下创新创业人才培养模式构建与实践（2019jxcgj808），省级教学成果三等奖，2019. 12 （焦晓波 任玲玉） 11. 焦晓波，吴瑶瑶. 逆境求生，且错且成：泓泉档案公司创业之路. 中国管理案例共享中心入库(PJMT0452)，2019年11月22日。 						
从事科学研究及获奖情况	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主持安徽省哲学社会科学规划项目“创业导向与安徽现代服务业企业营销能力提升问题研究”（AHSK09-10D15），已结项； 2. 主持安徽财经大学科研重点项目“不确定环境下的效果推理和创业营销：理论框架与应用研究”（ACKY1609ZDB），2018年结项； 3. 主持安徽省高校人文社会科学重大项目：“乡村振兴战略下安徽农民专业合作社创业营销内在机理研究”（SK2019ZD38）在研。 						
近三年获得教学研究经费（万元）	7.5			近三年获得科学研究经费（万元）	5.0		
近三年给本科生授课课程及学时数	管理学：162；创业原理：216 市场营销学：162；营销战略管理：108			近三年指导本科毕业设计（人次）	10		

姓名	徐伟	性别	男	专业技术职务	教授	行政职务	无
拟承担课程	品牌管理、大数据营销案例			现在所在单位	安徽财经大学		
最后学历毕业时间、学校、专业	2014年6月毕业于上海财经大学市场营销专业						
主要研究方向	品牌管理						
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	1. 省级教学团队，安徽省教育厅 2020-2022，主持人； 2. 校级教学团队，安徽财经大学2019-2021，主持人； 3. “管理类专业自主教育平台构建研究”，校级教学研究项目，2014-2015。 4. 省级综改专业，安徽省教育厅2013-2017，第一参与者。						
从事科学研究及获奖情况	1. 主持：国家社会科学基金一般项目《传承和创新困境中老字号品牌二元性的构建与实现路径研究》（18BGL116），2018-2020；2. 主持国家社会科学基金青年资助项目《老字号品牌真实性、作用机理及其营销策略研究》（12CGL044），2012-2016； 3. 安徽省社科规划项目一般项目《老字号创新的品牌关联性感知与作用机理研究—基于安徽老字号的实证数据》（AHSKY2016D08），2017-2020； 4. 论文《老字号真实性的测量与影响研究》，管理学报，2015.12，第一作者； 5. 论文《老字号真实性对品牌延伸评价的影响机制研究》，财贸研究，2020.3，第一作者。						
近三年获得教学研究经费（万元）	8.0			近三年获得科学研究经费（万元）	60.0		
近三年给本科生授课课程及学时数	市场营销学、品牌管理，680课时			近三年指导本科毕业设计（人次）	13		
姓名	胡旺盛	性别	男	专业技术职务	教授	行政职务	无
拟承担课程	销售管理、市场营销学			现在所在单位	安徽财经大学		
最后学历毕业时间、学校、专业	1994年6月毕业于厦门大学工商管理专业						
主要研究方向	市场营销						
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	1. 主持完成市场营销省级特色专业（2013tszy016）建设。 2. 主持完成省级校企合作实践教育基地“工商管理实践教育基地”（2013sjjd009）建设。 3. 主持完成校级重点教研项目“校企合作模式下教学改革与质量保障体系研究”（acjydz201411）。 4. 主持完成校级示范课程《销售管理》（acsfkc201513） 5. 工商管理校企合作实践教育基地的运行与思考，《黑龙江教育（高教研究）》						

	与评估)》，2016(2) 6. “信息技术与市场营销教学过程整合研究” (证书编号: 2012cgj133-3) 获省级教学成果二等奖(第三)						
从事科学研究及获奖情况	1. 主持国家社科基金项目“外源性产业平台品牌的形成机制与发展策略研究”(17BGL241), 在研。 2. 主持完成安徽高校人文社会科学重点研究基地项目“新徽商品品牌创新与安徽战略性新兴产业发展研究”(SK2014A006)。 3. 主持完成安徽省哲学社会科学规划项目“基于顾客体验视角的安徽旅游品牌建设研究”(证书号20130110) 结项。 4. 短视频APP品牌体验与品牌共鸣影响用户忠诚的实证研究, 《齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版)》2019(5)。 5. 古镇旅游真实性感知对游客行为意向影响研究, 《财贸研究》2014(6)。 6. 品牌社群认同因素对社群成员行为倾向影响的实证研究, 《当代财经》2011(10)。						
近三年获得教学研究经费(万元)	0.0		近三年获得科学研究经费(万元)	60.0			
近三年给本科生授课课程及学时数	市场营销学, 270学时 销售管理, 108学时		近三年指导本科毕业设计(人次)	12			
姓名	李永发	性别	男	专业技术职务	教授	行政职务	系主任
拟承担课程	商业模式创业		现在所在单位	安徽财经大学			
最后学历毕业时间、学校、专业	2013年7月毕业于东南大学企业管理专业						
主要研究方向	商业模式						
从事教育教学改革研究及获奖情况(含教改项目、研究论文、慕课、教材等)	对对对						
从事科学研究及获奖情况	得到						
近三年获得教学研究经费(万元)	10.0		近三年获得科学研究经费(万元)	30.0			
近三年给本科生授课课程及学时数	1600		近三年指导本科毕业设计(人次)	16			

7. 教学条件情况表

可用于该专业的教学实验设备总价值（万元）	520.0	可用于该专业的教学实验设备数量（千元以上）	13（台/件）
开办经费及来源	800万学校自筹		
生均年教学日常运行支出（元）	-		
实践教学基地（个）	10		
教学条件建设规划及保障措施	<p>拟申报的大数据营销专业具有良好的学科基础、有一支精干的师资队伍和周详的人才培养方案，软硬件设施较为完备，为大数据营销专业的建设奠定了较为扎实的基础。</p> <p>图书资料与网络。图书馆现有馆舍面积35000平方米、阅览座位4380个、书刊阅览室6个、电子阅览室2个，每周向读者开放98小时（7天×14小时），数字资源24小时开放。图书馆购买了中国统计数据库、中宏网、国泰安财经研究数据库、锐思（RESSET）数据库、Springer Link和ScienceDirect等数十个中外文数据库。另外，本专业所在学院的资料室也拥有大量的图书资料和专业期刊，能充分满足学生培养的需求。</p> <p>教学设施。学校现拥有省级经济分析实验室、数据分析实验室、省级中小企业投融资创新人才培养实习实训示范中心、省级金融虚拟仿真实验教学中心、应用统计实验室、投资实验室、ERP综合仿真实验室、计算机辅助电话调查实验室、经济学类跨专业综合实验室等实践教学平台，宏观经济实验室和云计算实验室，为本专业开展大数据及数字实验教学提供了必要保障。</p> <p>实践基地。我校加大与企业 and 行业协会的合作，目前拥有1个国家级校企合作实践教育基地、4个省级校企合作</p>		

8. 申请增设专业的理由和基础

申请增设专业的理由和基础

（应包括申请增设专业的主要理由、支撑该专业发展的学科基础、学校专业发展规划等方面的内容）（如需要可加页）

一、申请增设专业的主要理由

（一）申报大数据营销专业是适应当前经济社会发展的必然要求

加快推进数字中国建设，形成以数据为纽带促进产学研深度融合、以数据驱动型创新体系和发展模式迫切需要培养打造一批大数据营销人才队伍。因此，申报大数据营销专业、培养大数据营销专业人才是适应当前经济社会发展的必然要求。2016年10月的阿里云栖大会上，阿里巴巴马云在演讲中第一次提出了新零售，“未来的十年、二十年，没有电子商务这一说，只有新零售。新零售，即企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式”总结来看，新零售就是要从数据运用的角度去提升线下零售的效率，把合适的东西带给需要的人。现阶段，为了提升线下零售效率，零售企业最需要增强客户洞察、开展精准营销和实现商品优化。通过大数据营销平台，企业能够从海量数据中，获取到客户信息和行为，准确分析客户画像，全面的洞察客户需求。营销推广层面，通过利用大数据预测需求及客户特点，有针对性地进行营销，提高成交率和客单价。同时，零售企业利用大数据分析，能够优化商品采购数量，找出畅销、滞销款商品，提高售罄率，降低过期损耗，同时优化商品组合与陈列。

（二）大数据营销已经成为经济转型增长和提质增效的重要动力

自打拥有营销推广互联网大数据，大家也不仅仅简单地做广告、做推广，而是更趋于数字营销控制成本获来提升商品转换率，最后完成真实实际意义上的数据流量变现。伴随着互联网技术持续的实行和普及化，将来两年，大数据营销产生的颠覆性创新转型也侧面确认了互联网大数据的实际意义及其运用。针对企业而言，务必学好掌握这一新趋势，应对不明的机遇和挑战。大数据营销并不是“量”的存有。而取决于“聪慧的大数字生态体系”。现阶段的大数据技术性尽管能够让营销姿势做得更为精准、合理，但做起来并不易。

因而，将来根据大数据技术性的提高，大数据营销的精准性将产生大量的经济收益。

（三）安徽大数据营销发展新态势新动能正加快形成

推动大数据技术与营销业务的深度融合，促进业务创新。未来的银行网点将是一个科技发展的展示场。必将规模化应用智能排班、全渠道大数据营销、数字化销售管理等工具，并通过线上线下有力结合，为客户打造物理渠道、虚拟渠道和数字渠道的无缝体验。国网安徽电力坚持以问题和需求为导向，深入挖掘营销领域大数据价值，营销大数据应用取得阶段性成果。在具体工作中，该公司基于智能电表开展费控停复电应用，实现电费实时核算、电费回收实时控制，运用流处理技术对终端停电事件开展实时监测，分析台区断相、低电压、过电压、过流、重过载和三相不平衡等异常信息，有效支撑配网运维精益化管理。同时，该公司开展计量异常智能诊断研究，建立跨专业、跨部门的多源数据融合与分析，将计量、用电异常与高损台区治理相结合，研判配变客户重过载情况，预测三相不平衡问题，实现采集异常智能诊断，为配变安全运行提供技术支撑和数据辅助分析。申报大数据营销专业、培养大数据营销专业人才契合安徽省人民政府战略部署。

（四）具有大数据营销专业建设的先天优势

我校经过 60 多年办学，已经形成以经、管、法、工等多科性综合性财经院校。2018 年在全国率先提出“新经管”建设工程，同时，我校“十三五”专业发展规划明确提出，形成 3-5 个能够占领学科高地、引领学校学科发展的优势学科群，培育、建设 5-10 个体现学校优势与特色、满足地方及行业战略新兴产业需求的交叉复合专业。学科优势和学科设置既可以助力数字产业化，又可以实现产业数字化，具备培养大数据营销专业人才的基础和条件。

二、开设大数据营销专业的基础

拟申报的大数据营销专业具有良好的学科基础、有一支精干的师资队伍和周详的人才培养方案，软硬件设施较为完备，为大数据营销专业的建设奠定了较为扎实的基础。

（一）学科基础

我校与大数据营销相关的本科专业有电子商务、数据科学与大数据技术、信息管理与信息系统、工商管理、统计学、市场营销等。安徽财经大学自1986年开始从事市场营销及相关理论研究，是国内较早开展市场营销教学和科研的高校之一。砥砺前行29年，市场营销专业先后被建设成省级特色专业(2013)、省级专业综合改革试点专业(2013)和国家级一流本科专业建设点(2019)，并拥有《市场营销学》和《消费者行为学》省级精品课程。近年来先后主持国家社科基金7项和其他省部级基金20余项，在《经济管理》、《管理学报》等发表论文100余篇。人才培养和市场就业逐步形成数据营销特色方向，坚持以德树人，旨在培养能够掌握经济、管理和法学的知识和方法，具有数据思维和营销数据分析技能，能够从事企事业单位营销管理工作的高层次应用型专门人才。我校将为大数据营销专业的建设及发展提供有力的学科支撑。

(二) 师资队伍

师资队伍建设是学科建设以及教学活动开展的根本保障，我校以学科建设为龙头，以教学和科研建设为中心，加大人才引进和培养力度。拥有一支稳定的、具有丰富教学经验的教授和学术带头人为骨干、具有高学历的中青年教师为主体，年龄结构、职称结构及学缘结构合理的师资队伍。目前，本专业专职教师18人，其中，教授8人(占44.44%)，副教授5人(占27.78%)，讲师5人(占27.78%)。高级职称教师占72.22%；博士7人(占38.89%)，硕士9人(占50%)；最后学历非本校教师者比例为55.56%，学缘结构合理。硕士生导师11人，省学术和技术带头人1人，皖江学者1人。大数据营销专业师资将以工商管理学院市场营销系专任教师为主，举全校之力，整合工商管理、统计与数学应用学院等院系师资，为本专业人才培养提供师资保障。

(三) 人才培养方案

本科生培养方案是高校教育思想和办学理念的集中体现，是实现人才培养目标、培养规格的具体方案，也是教学管理的重要依据。根据学校第六次党代会提出的“打造新经管”的办学思路，在充分调研的基础上，对培养目标、能力结构、知识结构和课程体系等方面进行了科学的设计，规定了学生

的修业时间、所修学分等内容，创新人才培养模式，构建创新创业人才培养教育体系。在此基础上，制定了大数据营销专业的人才培养方案（见申请表第四部分“增设专业人才培养方案”）。

本方案坚持学科交叉渗透、理论教学和实践教学相结合，设置了思想政治类理论课程、通识类课程、学科基础类课程、专业类课程、创新创业类课程、选择类课程六大模块的课程结构体系。要求学生掌握市场营销和管理学的基本理论，了解大数据背景下企业市场营销活动的运行机制，熟悉党和国家的经济方针、政策和法规，把握行业和市场发展动态，能够运用互联网、大数据、云计算等现代信息技术和数量分析方法，发现、分析与解决企业经营中所面临的营销问题，并为解决企业营销问题提供决策依据，帮助企业实现精准营销。

三、学校专业发展规划

根据《教育部高等教育司关于开展 2019 年度普通高等学校本科专业设置工作的通知》精神，增设专业要适应国家和区域发展需要，安徽省人民政府出台《安徽省支持大数据营销发展若干政策》（皖政〔2018〕95 号）等文件精神，鼓励高校设置引领产业和社会急需产业相关专业，加快云计算、大数据、物联网等新一代信息技术与制造业深度融合，支撑传统产业改造提升的相关专业。我校第六次党代会进一步明确指出紧紧抓住互联网、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术与经济社会深度融合，带给学校学科发展的新机遇，实施“从学科交叉到文工融合再到新学科创立”发展路径，拥抱新时代、打造“新经管”，形成学科发展的先发新优势。

把握我国强化大数据营销社会发展的战略机遇，依托我校已有相关学科专业，借助既有课程体系的支持，立足全校的师资基础，面向就业和社会需要，我校确定大数据营销专业为 2019 年度优先申请增设的新专业。本专业拟在 2020-2021 年每年招生 50 人，2022-2023 年每年招生 100 人，预计到 2024 年在校生规模达到 300 人，依据社会需求与市场就业前景不断调整招生规模。通过人才引进与内部培养，加强师资队伍建设，力争到 2023 年，培育 1-2 名省级教学名师或教坛新秀。注重教材建设，形成“大数据营销”系列教材，申报 1-2 部省级或校级规划教材。

四、与现有专业区分度

大数据营销本科专业与传统的相关专业——如市场营销学、电子商务、大数据分析等的主要在就业目标、人才培养目标和课程设置方有所区别，迎合时代趋势要求。

（一）就业目标不同

与传统专业就业目标不同，大数据营销专业的毕业生将预期将可以进入互联网、银行、证券、保险、房地产、零售业、旅游业和制造业等各种类型的部门作为企业数据营销相关岗位的中高级管理岗位工作。这既是对新时代背景下业界对“懂数据”和“懂营销”的中高级人才的强烈需求的回应，也契合本专业高层次应用型人才的培养目标。

（二）人才培养目标的不同

与传统市场营销学、电子商务学等专业专注于培养理论知识和某些能力不同，大数据营销专业致力于培养具有多学科专业基础，既具有市场营销理论知识，有具有大数据思维和数据分析能力的复合型人才。是管理学、市场营销学、数据科学、统计学等学科门类在商业领域的专业化融合，是一种跨界和交叉培养，是“技术+营销管理”相结合的具体实践。其能力逻辑为：通过构建市场营销相关模型，借助新兴信息技术大量收集结构化与非结构化数据，然后通过相关的 R 语言或者 SPSS 等统计分析软件进行大数据分析，完成数据挖掘，并结合市场营销学、社会学、心理学、经济学等相关理论对数据分析结果进行深入解读，并以此为依据帮助企业进行营销决策，提高营销绩效，实现精准营销。

（三）课程设置不同

与传统的电子商务、市场营销学注重理论和大数据分析专业注重技术专业不同，大数据营销专业的课程设置更侧重大数据与营销理论的深度融合。具体来说，在课程设置上，该专业主要是遵循“大数据+营销”的逻辑进行课程设置，将“软课程”与“硬课程”相结合，设置“大数据分析”、“python 编程”、“数据可视化”等硬课程和“新媒体营销”、“消费者行为”、“商业模式创新”等“软课程”，培养满足经济社会发展需要的优质本科生。

综上所述，无论是安徽还是全国，大数据营销专业人才正成为我国经济未

来增长的关键影响因素,如果不实施有效的人才战略,未来可能出现一个巨大的人才供需缺口。紧跟时代需要,在安徽设置大数据营销专业,培养大数据营销专业人才已经成为当前亟需解决的问题。

9. 校内专业设置评议专家组意见表

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 type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
理由：		
拟招生人数与人才需求预测是否匹配		<input 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 type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	实践条件	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	经费保障	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
专家签字：		