

北京第二外国语学院商学院市场营销专业报考指南

一、总体情况

市场营销专业源自 1982 年原对外经贸部在全国首设的对外经济合作专业。经多次院系及专业调整后,于 2003 年正式设立为市场营销专业,并在 2007 年获批北京市重点建设学科。在 2017 年教育部第四轮学科评估中,取得的成绩为 B。在 2020 年市场营销专业进入教育部“双万计划”,获批“北京市一流专业”。



二、专业定位

坚持以服务国家战略和首都需求为导向,突出国际化、专业化和特色化,以企业管理学科建设为依托,以市场营销本科教学为基础,注重培养大数据思维分析环境的能力,以及灵活操作各类计算机语言、熟知新媒体运营规律的能力,并锻炼学生国际化商务沟通与跨文化交流能力,力争建成“面向首都现代服务业、国际化特色鲜明”的营销科学教学基地。

三、特色优势

(1) 国际化办学。借助我校丰富国际化资源,依托中联部“一带一路”智库联盟等平台,开设“一带一路”营销专业方向,定期邀请海外学者讲学;与加州大学伯克利分校、英国密德萨斯大学等高校建立学生互换与外培项目;在每届在校生中,有 20%左右都有赴海外学习经历。



(2) 新技术融合。依托“一带一路”数据分析与决策支持北京市重点实验室，开设大数据分析专业方向，增设机器学习与大数据分析等课程；运用科技创新企业平台，开设含营销战略模拟沙盘训练等实践课程；注重培养学生掌握 Python、R 等计算机语言编程。



(3) 实创式育人。基于“互联网+”国际化双创实践基地等校内外实习实践基地，培养学生创新实践能力；积极参加“互联网+”全国大学生创新创业大赛、全球品牌策划大赛、市场调查与分析大赛等学科竞赛，每年取得多项省部级及以上奖励。



2016年(新加坡)全球品牌策划大赛中国地区选拔赛暨2016年中国(天津)品牌策划项目展示交流会在天津开幕



四、师资力量

现有专任教师 10 名，其中包含 2 名教授、2 名副教授和 6 名讲师，毕业于美国、英国、法国、北大、人大、南开、社科院等国内外名校，100%拥有博士研究生学历、国外留学或访学经历。



李凡，管理学博士、教授。主要研究领域为国际市场营销和技术创新管理，近年先后主持完成国家级课题 1 项，省部级课题 2 项，在研省部级课题 1 项。在国内核心期刊发表论文 10 余篇，多篇论文为国家自然科学基金委指定 A 类、B 类核心期刊。多篇论文被《新华文摘》、《人大复印资料》转载。研究报告获得省部级领导肯定性批示。曾获得我校青年教学优秀奖、翔宇教学奖一等奖和青年教师基本功大赛第一名。2014 年被评为北京市优秀党员。主要社会学术兼职：中国企业管理研究会理事。



郭斌，管理学博士、副教授，在教学上承担《产业经济学》、《组织行为学》、《企业管理专题》、《管理学原理》、《广告学》等多门本科课程，以及《产业经济学》、《人力资源管理》等研究生课程。主要负责“市场营销示范专业”项目中的品牌管理课程建设、“微媒体《广告学》教改初探”等校级项目，发表《微媒体下广告课程的碎片化学习与教学改革》等多篇教改论文，出版教材《大学生创新创业案例集》等教辅用书。作为指导教师带领学生多次入选并获得全球品牌策划大赛、全国大学生市场调查与分析大赛等奖项。