开考高等教育自学考试网络营销与管理专业的论证报告

一、网络营销与管理专业前景

网络营销和电子商务，是伴随着信息技术的发展而发展的。网络技术的发展和应用改变了经济体系中信息的分配和接受方式，改变了人们生活、工作、学习、合作和交流的环境，企业必须相应地积极利用新技术变革企业经营理念、经营组织、经营方式和经营方法。目前信息技术的发展、特别是通讯技术的发展，促使互联网络成为一个更强、更新的媒体。分析这种媒体可以为企业经营利用的有利因素，使之成为新经济时代所有企业新的策略。2001年，为了适应市场经济对电子商务和网络营销人才的需要，教育部决定设立电子商务专业。网络营销与管理专业是伴随着电子商务专业的发展而发展起来的，旨在培养能够担任企业整体网络营销规划和管理、企业网络品牌的树立与网络拓展、网络客户服务质量的提升、网络商业信息发布及客户服务管理的应用型营销专才。

随着中国网络的普及以及网民数量的增加，网络营销已成为电子商务网站持续流量的重要手段，网络营销和电子商务行业呈爆发式增长。根据专业机构预计，未来5年，在我国3000多万家中小企业中，将有半数企业在经营中运用网络营销和电子商务。未来10年，我国网络营销和电子商务人才缺口超过500万名，精通网络营销与管理的人才在当前市场中将会非常紧俏。自设立电子商务和网络营销与管理专业以来，有关高校为社会培养了大批应用型专门人才，但仍存在高层次网络营销与管理专业人才数量不足、人员素质良莠不齐、不能满足经济发展需求等诸多问题。这表明，我国网络营销与管理专业有很广阔的发展前景。

高等教育自学考试网络营销与管理专业能充分发挥自学考试开放灵活的特点，面向各类学习者群体，以广大从业人员为重点，满足其接受学历教育、提升就业技能和提高文化素养的学习需求，为我国经济建设培养众多服务型、技能型、应用型的网络营销与管理专业人才。为适应山东省经济和社会发展的需要，以提高本省网络营销与管理方面的专门人才和业务人员的能力为目的，优化和创新财经类自考专业的理论知识与职业技能体系，满足考生多样化的学习需求，结合我校电子商务专业优势、师资力量、实验条件和办学经验，参照10多个已开考网络营销与管理专业的省份，我校拟申请成为高教自考网络营销与管理本科专业主考院校。

二、主考院校情况

作为山东省高教自学考试财经类主考院校之一，自1984年自学考试开考以来，我校的自学考试主考专业目前已达17个，是山东省高等教育自学考试专业最多的主考院校之一；主考历史较长，师资力量较为雄厚，教学、管理经验较为丰富。

近年来，由于我校考试服务工作业绩突出，多次被教育部、国家高等教育自学考试委员会、教育部考试中心、山东省教育厅和济南市教育局授予“先进集体”、“先进个人”等荣誉称号。

我校管理科学与工程学院目前有本科、硕士、博士三个办学层次。管理科学与工程学科被教育部、省政府和省教育厅评定为省级重点学科、省级强化建设重点学科、“ 泰山学者 ” 设岗学科和省级特色重点学科。电子商务专业是国内首批设立的本科专业，2012年获得山东财经大学重点学科，2015年获得山东财经大学重点专业，1996年招收管理科学与工程专业硕士研究生，2014年招收管理科学与工程专业博士研究生。学院设电子商务系，拥有专业教师，近20人，近半数拥有教授、副教授职称。

我校作为山东省高教自学考试本、专科财经类专业主考院校，多年来较好地承担了该财经类专业命题、撰写辅导材料、助学、评卷、论文辅导与答辩等项工作任务，具有较为丰富的助考经验。网络营销与管理作为电子商务专业的一个分支，拟由该学院承担电子商务专业自考方面的工作。

三、高等教育自学考试网络营销与管理专业（独立本科段）考试计划

（一）指导思想

高等教育自学考试网络营销与管理专业（独立本科段）是为适应经济社会发展对网络营销与管理专门人才的需求，提高网络营销从业人员业务素质和管理水平的需要而设置的。根据高等教育自学考试开放、灵活的特点，针对网络营销与管理工作特点和行业背景，在专业的设置上，突出较强的针对性和实用性，注重考核应考者对本专业基本知识、基本理论和基本技能的掌握，以及运用理论知识分析与解决实际问题的能力。

（二）学历层次和规格

　　本专业为高等教育本科层次，共设14门课程，各门课程均采用学分制计算。凡取得本计划所规定课程的合格成绩，累计达不少于70学分，并完成规定的毕业论文考核，思想品德鉴定符合要求者，经审核合格后，由山东省高等教育自学考试委员会颁发主考学校副署的高等教育自学考试药学专业本科毕业证书。其学业水平达到国家规定的学位标准，按《中华人民共和国高等教育法》和《中华人民共和国学位条例》规定，由主考学校授予学士学位。

（三）培养目标和基本要求

本专业培养适应我国经济社会发展的高层次网络营销与管理专业人才，主要为各级政府经济管理部门、网络营销与管理部门或相关单位，培养德才兼备、适应国家建设需要、具备现代化网络营销与管理理论、技术与方法等网络营销与管理知识的复合型、应用型网络营销与管理专门人才。

基本要求：掌握马克思主义基本原理，熟悉我国的有关方针政策、法律法规和制度，具备良好的政治素质；掌握网络营销与管理的基本理论和专门知识，熟悉并能应用现代管理理论、技术、方法从事网络营销与管理工作，具备从事网络营销与管理解决有关实际问题的能力。

（四）课程设置与学分

专业代码:420201

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 备注 |
| 1 | 03708 | 中国近现代史纲要 | 2 |  |
| 2 | 03709 | 马克思主义基本原理概论 | 4 |  |
| 3 | 00015 | 英语（二） | 14 |  |
| 4 |  | 电子商务基础理论与实践 | 6 |  |
| 5 | 03340 | 网站建设与管理 | 3 |  |
| 03341 | 网站建设与管理（实践） | 2 |  |
| 6 |  | 搜索引擎营销 | 5 |  |
| 7 | 00908 | 网络营销与策划 | 3 |  |
| 00909 | 网络营销与策划（实践） | 2 |  |
| 8 |  | 网上店铺运营与管理 | 5 |  |
| 9 | 03360 | 网络营销学 | 6 |  |
| 10  11  12  13  14 |  | 营销渠道管理基础 | 4 | 选考课程不少于5门。不考英语（二）须另选考3门， |
| 06386 | 网页设计与制作 | 2 |
| 06387 | 网页设计与制作（实践） | 3 |
|  | 网络公共关系 | 4 |
|  | 网络营销案例分析与实践 | 6 |
|  | 移动商务理论与应用 | 4 |
|  | 统计分析工具及其应用 | 4 |
|  | 网络营销创新管理 | 4 |
| 06384 | 网络广告学 | 4 |
|  |  | 网络营销与管理毕业论文 |  | 不计学分 |
| 总学分 | | | 70 |  |

（五）主要课程说明

1．中国近现代史纲要

课程说明：略。

考试大纲：《中国近现代史纲要自学考试大纲》，全国考委制定。

指定教材：《中国近现代史纲要》，王顺生、李捷主编，高等教育出版社， 2008年版。

2．马克思主义基本原理概论

课程说明：略。

考试大纲：《马克思主义基本原理概论自学考试大纲》，全国考委制定。

指定教材：《马克思主义基本原理概论》，卫兴华、赵家祥 主编，北京大学出版社， 2008年版。

3．英语（二）

课程说明：略。

考试大纲：《英语（二）自学考试大纲》，全国考委制定。

指定教材：《英语（二）自学教程》，张敬源主编，外语教学与研究出版社， 2012年版。

4．电子商务基础理论与实践

课程说明：通过本课程的教学，要求考生能对电子商务的基本概念和框架、电子商务的建设与管理、电子商务的安全技术、支付工具与网上银行、网上营销、物流系统等基本理论有专业水平的理解，掌握电子商务应用领域的基本操作，能够将电子商务技能融会贯通，灵活应用于工作实践、个人的网络化生活和日常理财。

考试大纲：《电子商务基础理论与实践自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《电子商务理论与实践》，方美琪、付虹蛟主编，中国人民大学出版社， 2005年版。

5．网站建设与管理

课程说明：本课程详细介绍了网站的规划、网站的版面设计、网站的后台功能实现相关技术、网站的发布与运营、网站推广等内容。通过对网站建设与管理的理论和网站建设技术的学习，培养考生对网站的规划设计、网站制作、网站管理的能力，使之初步具备网站建设与管理所必需的基本知识和解决问题的能力。

考试大纲：《网站建设与管理自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网站建设与运营》，崔连和主编，中国人民大学出版社， 2012年版。

6．搜索引擎营销

课程说明：搜索引擎营销（ SEM)是一种新的网络营销形式。 SEM所做的就是全面而有效的利用搜索引擎来进行网络营销和推广。SEM追求最高的性价比，以最小的投入，获最大的来自搜索引擎的访问量，并产生商业价值。

通过该课程的学习，使考生掌握搜索引擎营销的相关理论，过程和方法。在网络营销实践中能够使企业被搜索引擎收录，并且能增加用户的点击率尽可能地将访问者转化为顾客或者潜在顾客。

考试大纲：《搜索引擎营销自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《搜索引擎营销向导》，周亮主编，电子工业出版社，2012年版。

7．网络营销与策划

课程说明：本课程概要介绍传统营销观念、消费者、营销环境和市场、营销策略和营销学理论的发展。在此基础上结合实际案例，系统地详细讲解网络营销的理论及其发展；网络营销与传统营销的异同与整合；网络市场和网络消费者的特征；网络营销系统和站点；网络营销的策略；网络营销实施的目标、渠道、方

法、工具、手段以及对网络营销实施的管理和控制。

通过学习，应该掌握网络营销的概念及实质；了解网络营销的产生与发展；了解网络营销的特点与优势。

考试大纲：《网络营销与策划自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网络营销与策划》，刘芸主编，清华大学出版社出版社， 2010年版。

8．网上店铺运营与管理

课程说明：本课程是一门根据电子商务的基本理论，从网络销售、网络营销和财务管理的相关理论思想入手，以整合的视角阐述电子商务的基本理论及网上店铺运营管理方法的专业课程。通过对电子商务交易模式以及交易流程、网络营销以及电子支付、物流配送、客户关系管理等基本理论的学习，使考生初步具备网上开店所必需的基本知识和解决问题的能力。

考试大纲：《网上店铺运营与管理自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网店运营》，石炎、王耀主编，中国水利水电出版社，2011年版。

9．网络营销学

课程说明：网络营销学是网络营销基础、网络营销策略、网络营销管理理论、内容和方法的综述性课程。

本课程要求考生熟悉、掌握有关网络营销的基本概念、基本理论及网络营销的策略体系、方法，掌握网络营销学的学习方法及理论联系实际方法，形成一定的分析问题和解决问题的能力。

考试大纲:《网络营销学自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网络营销：管理与实践》，夏明学王丽萍主编，北京大学出版社， 2013年版。

10．营销渠道管理基础

课程说明：本课程根据营销渠道产生、运营、业绩考核的规律，阐述解决营销渠道管理出现的一般问题的理论与方法的专业课程。

通过本课程的学习使考生掌握当代营销渠道管理前沿的理论知识，熟悉中国特色渠道管理的系统策略和方法，形成有效的渠道解决方案，具备参加实际工作所必需的基本知识和解决问题的能力。

考试大纲：《营销渠道管理基础自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《营销渠道管理》，郑锐洪主编，机械工业出版社，2012年版。

11．网页设计与制作

课程说明：略。

考试大纲：《网页设计与制作自学考试大纲》，全国考委制定。

指定教材：《网页设计与制作教程》，于淼主编，中国人民大学出版社， 2006年版。

12．网络公共关系

课程说明：本课程是一门根据公共关系的一般原理，从网络传播、公共关系和管理学的相关理论思想入手，以整合的视角阐述网络公共关系的理论与方法的专业课程。通过对网络公共关系对象、模式、传播、应用的学习，培养考生对网络公共关系策划、实施、监控和管理以满足客户需求的能力，使之初步具备参加实际工作所必需的基本知识和解决问题的能力。

考试大纲：《网络公共关系自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网络公共关系》，黎泽潮主编，合肥工业大学出版社，2011年版。

13．网络营销案例分析与实践

课程说明：本课程是本专业所开设的专业实践课程，是一门理论联系实际、应用性较强的综合性课程。

通过本课程的学习，要求考生掌握网络营销的理论内容和方法的综合应用。完成具体实战的典型工作任务，掌握网络营销实用策略和技巧，掌握理论联系实际方法，提高分析问题和解决问题的能力。

考试大纲：《网络营销案例分析与实践自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网络营销》，商玮段建主编，清华大学出版社， 2012年版。

14．移动商务理论与应用

课程说明：本课程是本专业一门专业课程。理论篇介绍移动商务的相关理论，主要分为移动商务的技术基础，移动商务的安全和移动商务的价值链理论。应用篇主要包含移动运营商运营的业务、移动商务的企业应用、移动商务的行业应用以及移动商务应用的营销，特别介绍移动商务的重要应用 ——移动支付。

通过对移动商务理论、技术与应用的学习，培养考生初步具备参加实际工作所必需的基本知识和解决问题的能力。

考试大纲：《移动商务理论与应用自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《移动商务理论与应用》，杨兴丽刘冰等编著，北京邮电大学出版社， 2010年版。

15．统计分析工具及其应用

课程说明：本课程是本专业的专业基础课程之一，它涉及到数据分析方法、 SPSS统计分析软件及其在统计数据分析中的应用。通过本课程的学习使考生借助世界通用数据统计软件 SPSS对这些数据进行计算，从大量的试验数据中挖掘出现象的数量规律性，进而提高学生在管理决策、市场分析、工业试验及科学研究中对数据分析运用的能力。

通过该课程的学习使考生能够掌握基本的定量分析方法及SPSS统计分析工具，学生将学会：(1) 数据分析方法；（ 2）SPSS的运用；(3)对数据计算结果进行客观有效的分析； (4)发掘数据的潜力。

考试大纲：《统计分析工具及其应用自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《SPSS 19统计分析实用教程》，邓维斌等编著，电子工业出版社， 2012年版。

16．网络营销创新管理

课程说明：本课程是以现代营销理论和管理创新理念为指导，全面、系统阐述网络营销创新管理方法与技巧的专业课程。本课程旨在培养学生了解网络营销创新的基本概念，理解网络营销创新的现实基础及在企业营销中的各种应用，掌握网络营销创新的基本策略。

考试大纲：《网络营销创新管理自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《赢在电子商务——网络营销创意与实战》，陈益材等编著，机械工业出版社， 2013年版。

17．网络广告学

课程说明：本课程是一门根据网络广告业的最新发展情况，全面展现网络广告业务流程与工作内容的专业课程。

本课程设置目的是使考生能够从整体上了解网络广告学的基本内容，认识网络广告的发展趋势，掌握网络广告学的基本理论、基本方法，并能够在实际中会简单的应用。

考试大纲：《网络广告学自学考试大纲》，天津考委制定。

指定教材：《网络广告》，陈刚主编，高等教育出版社， 2010年版。