



南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

# 数据科学与市场决策实验班 专业介绍

智/圆/行/方





## ● 培养目标

致力于培养能够深入**理解市场决策的底层逻辑**，洞察市场趋势和消费者行为，同时熟练**应用科学的数据分析方法与前沿AI工具**，对市场中产生的多维度、多模态数据进行深度分析并做出科学决策的**复合型市场决策管理人才、科研人才和未来商业领导者**。



## ● 培养特色

本实验班培养构建“实践问题驱动、交叉融合、创新引领”的育人体系，培养兼具市场战略思维与数据科学应用能力的**复合型人才**：

- **“双链交织”**的课程体系：深度融合工商管理与数据科学底层逻辑，整合市场学、统计学专业知识、方法论，培养学生兼具商业洞察力与数据分析能力等核心竞争力。
- **“项目制”**全周期培养：建立“数据分析-价值洞察-战略决策-商业转化”的分阶段递进培养路径。通过数据全流程处理与商业价值创造链路的有机融合，构建产学研协同育人平台，强化学生数据驱动决策与商业价值转化能力。
- **“双螺旋”**育人机制：实施“1+1+N”师资融合计划，构建市场营销系与数据科学系双螺旋协同指导模式，同时构建“个人能力-团队协作-创新实践”三级协同矩阵，提升学生综合素质和创新能力，形成知识获取、能力进阶与价值创造螺旋上升的育人生态。



## ● 未来职业发展方向

- 数据与分析领域：数据分析师/数据科学家/商业智能（BI）分析师/数据驱动的产品运营与优化专员
- 战略与管理领域：战略规划师/商业顾问/市场洞察与决策支持专员/企业数字化转型项目经理
- 市场与品牌领域：市场营销、品牌经理/数字营销与增长策略专员/新兴市场与商业模式创新经理
- 产业与国家战略领域：人工智能、绿色经济、智慧城市等领域的数据与战略人才/推动产业升级与商业创新的复合型领军人才
- 科研与深造：赴国内外顶尖高校攻读硕博（研究方向包括商业分析、数据科学、市场学等）/ 高校、科研机构或智库研究员



## ● 学制学位

**主修专业：市场营销**  
**辅修专业：数据科学**

**学制：四年**  
**总学分：181分**

**授予学位：**  
**管理学学士/理学学士**



## ● 选拔机制

- 面向南开大学全校学生开放。
- 选拔方式：采取“自愿报名+考核”方式，通过“**初试（笔试）+复试（面试）**”进行选拔。其中，笔试考核**数学与英语**两科，由教务处统一组织考试；根据笔试成绩确定面试名单，进行差额面试。由初试成绩和复试成绩计算综合成绩，择优录取。共录取**10**人。



## ● 报考建议

- 报考难度：该实验班选拔标准较高，综合考察学生的学术潜力、跨领域学习能力与实践创新意识，竞争相对激烈。
- 能力与素养要求：
  - 数学与逻辑基础：具备扎实的高中数学功底，能够胜任统计学、机器学习和编程等课程。
  - 技术与竞赛优势：有编程基础或数学竞赛经历者更具竞争力。
  - 商业兴趣驱动：持续关注消费者行为、品牌管理和数字营销等领域。
  - 数据决策理念：认同数据驱动的商业模式，善于将数据分析与市场战略结合解决问题。
  - 时间与自律：能够高效平衡双专业课程学习。

## ● 动态调整机制

- 1.退出机制：学生根据自身情况如认为不适合在数据科学与市场决策试验班进行学习，可于**大一学年末或大二学年末**，书面提出退出申请，经学院审核批准后可以退出。其他时间不接受退出申请。
- 2.必修课不及格10学分及以上的学生，强制退出项目。
- 3.根据上述退出机制，申请退出数据科学与市场决策试验班的学生，退出至商学院市场营销专业。
- 4.数据科学与市场决策试验班可接收转专业学生，允许学生**大一学年结束后**通过转专业的方式进入项目班（学籍为商学院市场营销专业），且准入学生的原专业无限制，具体操作按照商学院本科转专业细则进行。
- 5.数据科学与市场决策试验班不接受辅修。



## ● 依托专业情况介绍

本专业注重理论与实践的结合，教学方式多元化，强调案例教学、实践教学与研究导向型学习相结合，鼓励学生参与学术研究和企业实践。

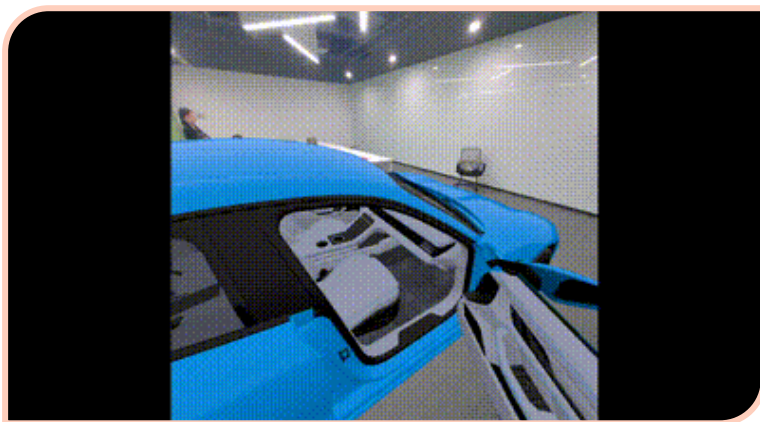


授课教师风格多元，注重理论与实践结合、与学生的互动以及对学生逻辑思维的启发





- 北京启飞文化传媒有限公司：元宇宙、数字人、混合现实技术的软硬件开发等
- 地点：津南高教园
- 合作历程：《市场营销》课程共建；《市场营销前沿讲座》课程共建；
- 《营销行动方案》沉浸式课堂；
- 企业深度参访（包括对数字人、混合现实技术的真实体验；
- 企业创始人进入课堂讲座、互动。





- 天津达仁堂京万红药业有限公司
- 地点：西青区大明道
- 合作历程：《营销行动方案》沉浸式课堂；《市场营销》课程共建；企业深度参访（包括对博物馆的参访；对药企跨界产品的体验等）；整合实践项目。



2021年启动第一届商学院营销系“校友杯”创意设计大赛，由营销系校友捐赠大额奖金





南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

## 比赛实践

第十四届“尖烽时刻”全国商业模拟大赛 全国一等奖 本科生组  
队长：陈飞燕 营销系2019级 本科生



## 2022年CMAU全国一等奖 本科生组 队长：马靖然 营销系2020级 本科生

首页 > 新闻中心 > 学院动态

### 商学院营销系本科生团队荣获CMAU大赛全国一等奖

发布时间: 2022-11-25

浏览次数: 272

首届CMAU全国大学生市场研究与商业策划大赛全国总决赛于2022年11月19日圆满落幕。经过激烈角逐，来自南开大学商学院的“模型建不败”团队在全国总决赛中荣获一等奖。

CMAU全国大学生市场研究与商业策划大赛由中国高等院校市场学研究会与Credamo见数联合主办，华东理工大学承办，北京大学、清华大学、中国人民大学、复旦大学等知名高校参与。大赛首次举办竞争异常激烈，报名学生覆盖全国500多所高校，参赛人数高达22888人，共计1782支队伍。该比赛通过校级赛和区域赛共筛选出82支优胜队伍，并针对这82支队伍评选出最终进入全国总决赛的40支团队参加国赛答辩。

南开大学的“模型建不败”通过层层选拔，一路过关斩将顺利来到了全国总决赛的答辩现场。该参赛团队共五名成员，分别是来自2020级市场营销系本科生马靖然（组长）、吴贯慈、张文婧，以及2019级市场营销系本科生彭凌晖、陈飞燕，指导教师为营销系助理教授刘欢，刘欢老师被评为优秀指导教师。

“模型建不败”在校级预选赛和北部分区赛中以《萌宠鸭：如何将全聚德带入年轻人心里？》为主题的作品斩获分区赛一等奖。在全国总决赛中，以《县域市场中各润滑油品牌（国营、外资和民营）渠道布局及经营效果调研》作品凭借扎实的理论功底和严谨的实践调研获得全国一等奖。该赛事最终评选出了特等奖10支队伍，一等奖10支队伍，二等奖20支队伍，三等奖42支队伍。

## CMAU全国大学生 市场研究与商业策划大赛

比赛由大赛组织委员会、大赛规则与监审委员会统筹负责，组委会下设大赛执行委员会、分赛区组委会、评审委员会等组织机构。



扫码关注大赛公众号



南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

## 比赛实践

### 2024年CMAU全国一等奖 本科生组 队长：艾妍 营销系2021级 本科生



## 商学院营销系本科生团队斩获第四届CMAU大赛全国特等奖与一等奖双殊荣

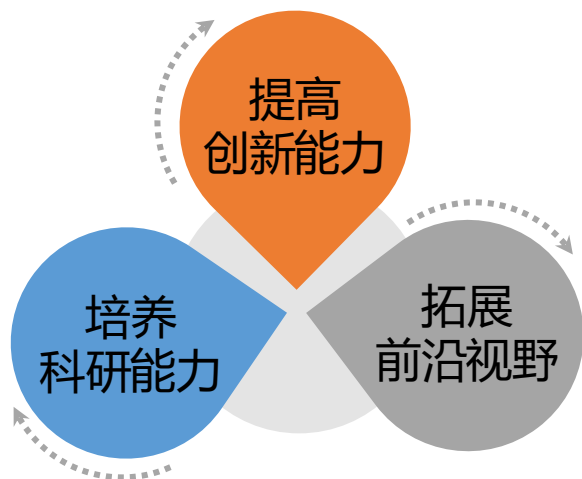
2025年CMAU全国特等奖 本科生组 队长：营销系2022级 本科生 傅莹  
2025年CMAU全国一等奖 本科生组 队长：营销系2022级 本科生 张誉仪

- 市场营销系讲师赵馨頔老师荣获“年度十佳指导教师”称号，刘欢老师、赵馨頔老师获得优秀指导教师奖。





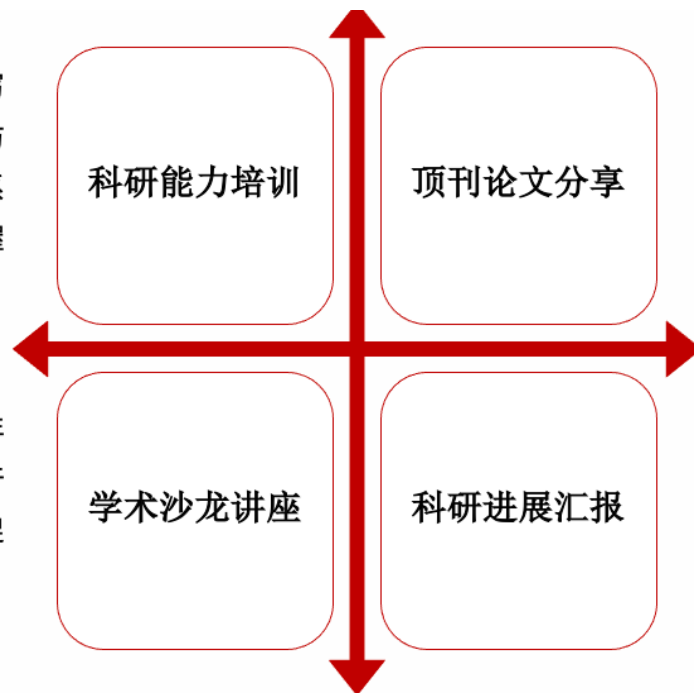
## 培养目标



由指导教师或高年级学生围绕学术论文写作、科研方法论、数据分析、文献检索与综述等主题开展专题讲解与实操指导。系统培养学生的学术研究能力，帮助其掌握科研思维与学术论文写作规范。

组织或参与院系学术沙龙，与教师及高年级学生开展深入交流，围绕前沿议题进行讨论。拓展学术视野，增强科研兴趣，促进学术交流与思想碰撞。

## 活动计划



由训练营成员定期汇报顶级期刊论文，其他成员及指导教师参与讨论与点评，深化对研究问题、方法与贡献的理解。跟踪学术前沿动态，提升学生的文献阅读、批判性思考与学术表达能力（下一期推进重点）

每学期末组织科研进展汇报，学生展示阶段性成果，接受师生反馈，在讨论中不断完善研究设计与论文内容，推动研究项目持续推进与优化。



### 培养成果

21级和22级学生共**16人**

其中，本校保研/直博**5人**，外校保研/直博**5人**，留学**5人**，深造比例达**93.75%**

训练营为**13**名同学提供留学/升学推荐信

#### 21级本科生去向

| 姓名  | 去向            |
|-----|---------------|
| 张秉灿 | 浙江大学 直博       |
| 蒋旭坤 | 复旦大学 直博       |
| 文樱岚 | 南开商学院 市场营销 保研 |
| 陈晓祯 | 南开商学院 市场营销 保研 |
| 林奇恩 | 就业            |

#### 22级本科生去向

| 姓名  | 去向               |
|-----|------------------|
| 黄开龙 | 浙江大学 直博          |
| 郑诗瑶 | 上海交通大学 直博        |
| 井一安 | 南开商学院 管理科学与工程 直博 |
| 李桢瑜 | 南开商学院 市场营销 保研    |
| 黄以凡 | 南开周政学院 保研        |
| 林子誉 | 上海交大 数字文创与管理     |
| 吴桐语 | 香港大学 Marketing   |
| 刘佳欣 | 香港大学 Marketing   |
| 金美辰 | 香港大学 Marketing   |
| 王浩凯 | 香港大学 商业分析        |
| 唐馨  | 香港科技大学 Marketing |

- 《如出一辙还是各有千秋：基于三类线上零售渠道的消费者购买差异研究》李汐瑶（20级本科生），2024年营销科学与创新国际高峰论坛（MSI 2024）
- 《混合现实技术的应用对用户满意度及行为意愿的影响》陈可蓉（20级本科生），2024年中国高等院校市场学研究学会（CMAU 2024）
- 《在线医疗服务提供主体对患者医疗服务购买意愿影响的研究》陈饶祯（21级本科生），2025年中国高等院校市场学研究学会(CMAU 2025)
- 《GenAI产品推荐策略对消费者购买意愿的影响研究》文樱岚（21级本科生），2025年(第十三届)中国市场营销国际学术年会(CMIC 2025)
- 《健康标签下的美味与健康权衡：两项田野实验证据》张秉灿（21级本科生），2025年中国营销科学学术年会(2025JMS)
- 《岁月如何赋能品牌？——老年形象代言人对消费者品牌感知和品牌态度的影响》刘佳欣（22级本科生），2025 年中国高等院校市场学研究学会(CMAU 2025)
- 《视频内外--产品展示视频如何影响消费者的购买决策》黄开龙（22级本科生），2026年第十届营销科学与创新国际会议 “优秀论文奖” (MSI 2026)





每年我系教师和学生都活跃在国内外的学术会议,并在会议上担任主持和点评嘉宾等:

- JMS中国营销科学学术年会
- CMAU中国高校市场学会年会暨博士生论坛
- MSI营销科学与创新国际高峰论坛
- Annual ISMS Marketing Science Conference
- The European Marketing Academy Conference
- The American Marketing Association Conference



## 本科生论文发表示例：

1. 刘欢, 郭国庆, **张真容\*. (19级本科生)**, 多渠道互动对在线社区用户持续使用意愿的影响：以卡车司机为例, 《南开管理评论》2022年8月份接收
2. Yu Gu (谷钰) and **Chi-En Lin (林奇恩, 21级本科生)**, “When AI outshines human: Consumers’ preference for radical innovation.” under review at *Journal of the Academy of Marketing Science* (FT 50; 南开英文B类期刊; ABS 4\*; ABDC List A\* Journal; JCR一区; IF: 10.1).
3. Yu Gu (谷钰), **Jiaxin Liu (刘佳欣, 22级本科生)** and Xindi (Cindy) Zhao (赵馨頔), “How aging empowers brands? The impacts of senior endorsers on brand perceptions and marketing effectiveness.” under 1<sup>st</sup> round review at *International Journal of Advertising* (南开英文B类期刊; ABDC List A Journal; JCR一区; IF: 5.9).



## 毕业生主要去向

### 工作就业

#### 央企

中国移动、招商银行、建设银行、中国人寿等

#### 民企

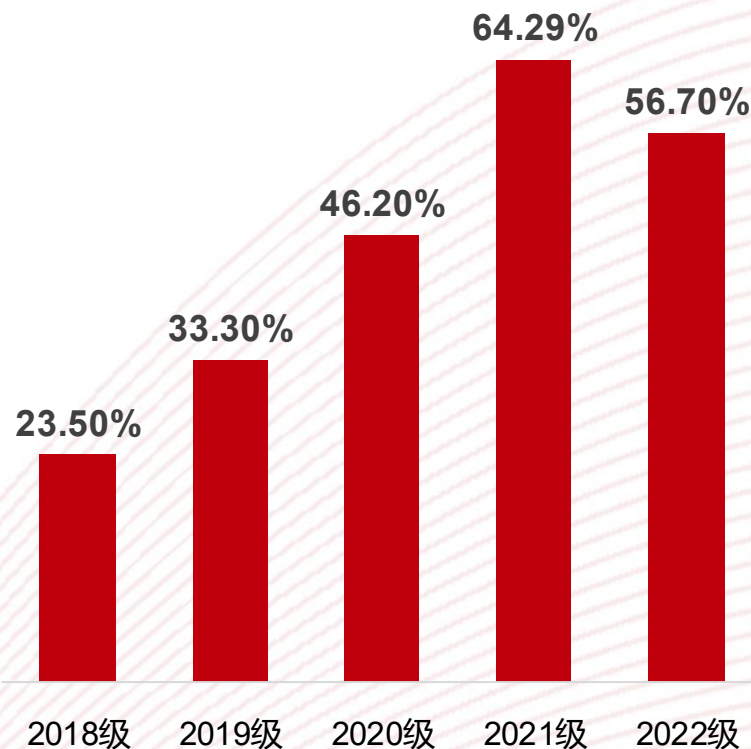
阿里、腾讯、百度、拼多多、字节跳动、小米、美团、京东、大疆、比亚迪、太太乐、伊利、苏宁易购、万科、顺丰、高途教育、东阿阿胶等

### 读博读研

南开大学（商学院、经济学院）、香港大学、香港中文大学、清华大学、北京大学、复旦大学、中国人民大学、浙江大学、北京师范大学

杜克大学、伦敦政经、伦敦国王学院、斯德哥尔摩经济学院、英国华威大学、欧洲高等商学院、法国ESSEC高等商学院、墨尔本大学、新加坡国立大学、南洋理工大学

保研/出国深造比例





南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

## 营销系校友（学界）

### 优秀校友、全国著名营销学家



**王永贵**，浙江工商大学校长  
工商管理学院教授、博士生导师，  
原首都经济贸易大学副校长



**范秀成**，  
复旦大学管理学院教授、博士生导师，  
中国市场学会常务理事



## 营销系校友（业界）



### 亚迪

营销系96级，中嘉会合伙人

2000年南开大学营销系本科毕业。  
曾任宝洁公司销售总经理。领导年销售额超过10亿美元，覆盖中国55%的地区，多年来在线上和线下业务方面都取得建设性的领先增长。曾任 Goodbaby International 中国市场总经理、Originature品牌创始人、金正大集团执行副总裁、诺泰尔首席执行官等综合高管职务。现任AMC管理顾问咨询有限公司总经理。精选市场运营案例有：XP小鹏汽车、KraftHeniz卡夫亨氏（中国）。



### 崔健

营销系97级，打扮家创始人、董事长

2001年南开大学营销系本科毕业。  
2012年SaaS行业从业经历。  
2015年5月创办打扮家，带领团队研发出全球首款针对中国市场的家装BIM系统，支持原生级VR。成立4年多以来，累计为全国2200家装企提供了数字信息化服务。BIM标杆客户包括：爱空间、住范儿、全筑、广田、百安居等。获得了红星美凯龙、全筑股份、明源云等战略投资。



### 尚国斌

营销系04级，百度智能驾驶事业群战略运营部总经理

2010年南开大学企业管理硕士毕业。  
曾任百度集团战略部总监。现任百度智能驾驶事业群战略运营部总经理，负责百度智能汽车、自动驾驶、智能交通业务的战略、投资、运营和对外合作，发起并推动百度apollo平台成为国家开放平台，并成为全球最领先的自动驾驶开放平台。



南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

» 联系方式

## ● 联系方式



2026数据科学与市场决策实...  
南开大学



仅限企业内部成员加入

该二维码 1 年内 (2027年8月3日前)有效



南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

# 感谢聆听

智 / 圆 / 行 / 方

