



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

旨在培养既能够理解**市场学的核心思想与底层逻辑**、**洞察市场和消费者行为**，又能应用**经典模型和前沿工具**对市场决策数据进行科学分析从而解决实际问题的**复合型人才**。

课程设置充分考虑系统的工商管理基础知识以及深入的市场学专业知**识**，并强调数理统计和**人工智能方法与工具**的作用，关注个人或组织的价值创造并通过促进市场交换以满足需求的复杂管理过程，**洞察、创造、传播、交付**和**提升客户价值**贯穿于教学内容始终。



## ● 培养目标

在培养过程中，也将**实践导向**融入了每一门课程。通过系统性培养，学生能够具备对基础理论知识的理解能力、跨领域的交叉学习能力、理论与实践的融合能力、系统化逻辑分析能力、大数据分析工具的应用能力、问题识别与洞察能力、沟通表达能力。

在未来职业生涯中，学生能够满足各领域对**复合型数据科学与市场决策人才**的需求，成为引领社会发展和行业发展的**复合型市场决策人才、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，整合市场学专业知识与统计机器学习方法，培养学生兼具商业洞察力与数据分析能力的核心竞争力。
- **“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，推动跨学科深度融合。构建“个人能力-团队协作-创新实践”三级协同矩阵，提升学生的综合素质和创新能力，促进学术前沿成果向实践价值转化，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：192分**

**授予学位：**  
**管理学学士/理学学士**

**主修专业：数据科学**  
**辅修专业：市场营销**

**学制：四年**  
**总学分：200学分**

**授予学位：**  
**理学学士/管理学学士**



## ● 选拔机制

- 面向南开大学工商管理大类及理科试验班（数学与大数据）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30人，其中工商管理大类和理科试验班（数学与大数据）学生录取数各不超过20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.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，按照其入学所属专业类别，分别退出至对应的市场营销专业（入学所属专业为工商管理类）和数据科学专业（入学所属专业为理科实验班（数学与大数据））。
- 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

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





## 2022年CMAU全国一等奖 本科生组 队长：马靖然 市场营销系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“模型建不队”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“模型建不队”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）、吴贵慈、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。

“模型建不队”在校级预选赛和北部分区赛中以《萌宝鸭：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



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





## 商学院市场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：市场营销系2022级 本科生 傅莹

2025年CMAU全国一等奖 本科生组 队长：市场营销系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。





## 常规活动

**学术沙龙**——前沿讲座

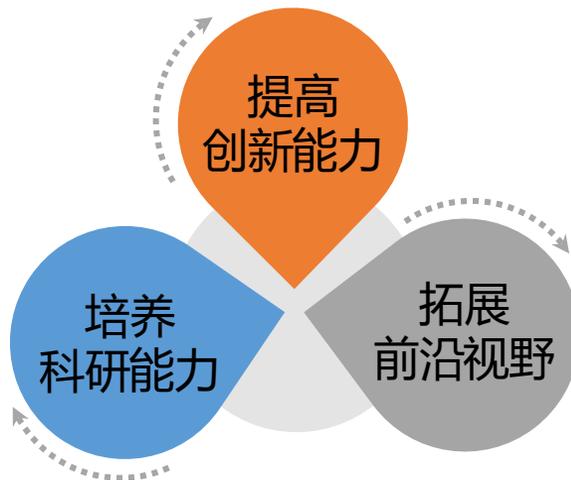
**学术工作坊**——学术论文写作，科研方法论，数据分析与实验设计，文献调研与研究设计等。

## 主题特色活动

**科研项目工作坊**——指导学生将研究想法转化为科学的研究问题并进行研究探索

**创新项目工作坊**——指导学生将想法孵化为可执行的大学生创新创业项目，培养学生团队协作和语言表达能力

**企业参访**——了解前沿科技（元宇宙、数字人、混合现实）的实际应用，激发学生的创新思维和灵感。



### 营销科学 高阶训练营

你是否对数字营销、社交媒体、消费者行为、视觉营销、拓展现实 (XR) 充满好奇？  
你是否期待提升学术能力，在学术殿堂继续深耕？

**加入我们，开启你的营销科学学术之旅！**

**营员 招募**  
火热进行中ing

**招募对象**  
南开大学商学院二至四年级本科生

**招募人数**  
10-15人

**训练营亮点**

- 日常学术沙龙：顶刊文章分享与讨论，带你领略学术前沿，激发你的研究灵感
- 研究方法工作坊：从研究设计到数据分析，手把手教你掌握新方法、新工具，提升你的科研能力
- 学术资源对接：提供论文写作指导、论文发表和学术会议展示等资源，助力你的学术发展

- 《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会（CMAU 2024）





- 《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)
- 《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)



每年我系教师和学生都活跃在国内外的大型学术会议,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:



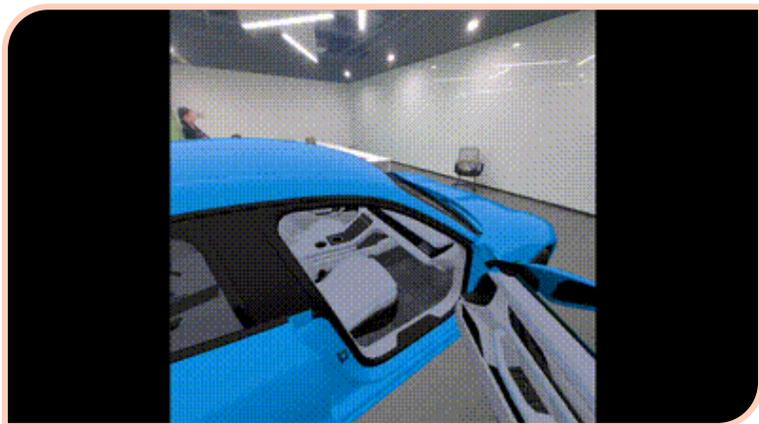
刘欢, 郭国庆, 张真容\*. (19级本科生)  
多渠道互动对在线社区用户持续使用意愿的影响: 以卡车司机为例,  
《南开管理评论》2022年8月份接收



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。



- 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。





## 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

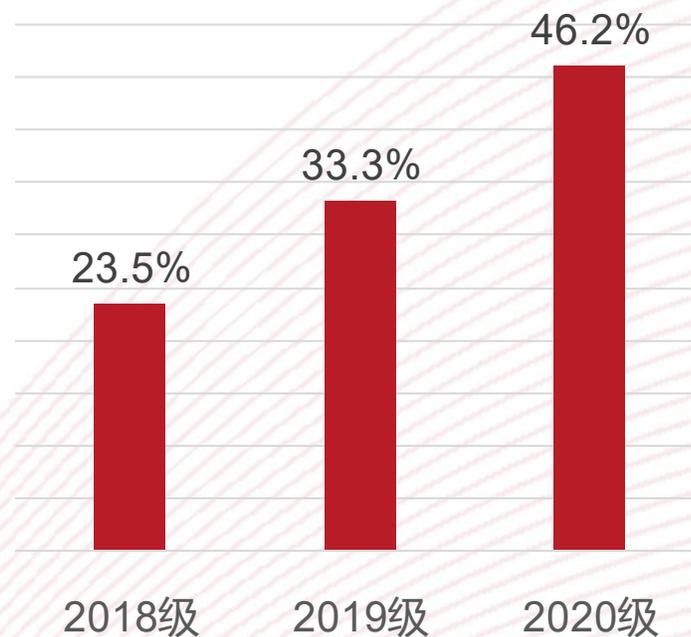
阿里、腾讯、百度、拼多多、字节跳动、小米、美团、京东、大疆、比亚迪、太太乐、伊利、苏宁易购、万科、顺丰、高途教育、东阿阿胶等

## 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、香港城市大学、清华大学、北京大学、复旦大学、人民大学、浙江大学、北京师范大学

杜克大学、伦敦政经、斯德哥尔摩经济学院、英国华威大学、墨尔本大学、新加坡国立大学

保研/出国深造比例





南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

»» 联系方式

## ● 联系方式



数据科学与市场决策...  
南开大学



仅限企业内部成员加入

该二维码 1 年内 (2026/8/7前)有效



南开大学商学院  
NANKAI BUSINESS SCHOOL

# 感谢聆听

智 / 圆 / 行 / 方

