

【市场营销策划】

【Marketing and planning】

一、基本信息

课程代码:【0080263】

课程学分:【3 学分】

面向专业:【工商企业】

课程性质:【院级必修课】

开课院系:职业技术学院商贸系

使用教材:主教材【市场营销策划】清华大学出版社 主编:刘世杰/刘全文

参考教材 1:【网络市场营销与策划】机械工业出版社 主编:赵秋梅

参考教材 2:【促销策划与管理】浙江大学出版社 主编:周文根

参考教材 3:【营销策划与执行】高等教育出版社

课程网站网址: <https://mooc1.chaoxing.com/course/228428496.html>

先修课程:【管理学】

二、课程简介

本课程是工商企业专业的一门主干课程,不仅是当代企业在迅速变化的市场环境和日趋激烈的竞争中求生存、求发展的管理利器,在社会经济生活各个方面得到广泛应用。正因为如此,随着现代市场营销实践的蓬勃发展,营销策划已逐渐发展成为该学科一个新的专业发展方向,对营销与策划专业学生来讲,该课程也就成为一门必不可少的核心课程。在营销与策划专业课程体系中来说,市场营销策划是在市场营销学的基础理论学习上的进一步应用拓展,更侧重于营销创新,知识更加细化,发展方向更加务实。

三、选课建议

适合工商企业管理第三学期学习

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
L01: 品德修养。拥护中国共产党的领导,坚定理想信念,自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观,增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神,践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训,积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。	
L021: 专业能力。调查预测能力。熟悉调查方案的策划,调查问卷的设计,掌握常用的资料分析与预测方法,熟悉调查报告的写作。	●
L022: 市场开拓能力。熟悉 SWOT 分析、波士顿矩阵、STP 分析、4P 组合、销组织与控制等,并能有效应用。	●

注:教学大纲电子版公布在本学院课程网站上,并发送到教务处存档。

L023: 生产运作能力。清楚生产运作系统的设计、进度管理、质量管理、技术管理、设备管理等。	
L024: 人力资源能力。熟悉人力资源工作规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬与福利、劳动关系管理,并能设计方案。	
L025: 财务管理能力。清楚资金的筹集、投资、运营、分配和财务计划与决策、财务预算与控制、财务分析与考核等	
L026: 商务管理能力。熟悉商务范围、时间、成本、人员、沟通、风险、采购、集成管理等。	
L027: 营销管理能力。能用已有的思维成果和创新的方法进行策划。熟悉营销策划原理与步骤、策划创意与文案、营销策划整体设计及运用等。	●
L028: 具备电子商务应用能力	
L031: 表达沟通。倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求	
L032: 应用书面或口头形式,阐释自己的观点,有效沟通	
L041: 自主学习。能根据需要确定学习目标,并设计学习计划。	
L042: 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源,实施学习计划、反思学习计划、持续改进,达到学习目标。	
L05: 健康发展。懂得审美、热爱劳动、为人热忱、身心健康、耐挫折,具有可持续发展的能力。	
L061: 协同创新。在集体活动中能主动担任自己的角色,与其他成员密切合作,善于自我管理和团队管理,共同完成任务。	
L062: 有质疑精神,能有逻辑的分析与批判。	
L063: 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。	●
L071: 信息应用。能够根据需要进行专业文献检索。	
L072: 能够使用适合的工具来搜集信息,并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。	
L081: 国际视野。具备外语表达沟通能力,达到本专业的要求。	
L082: 理解其他国家历史文化,有跨文化交流能力。	
L083: 有国际竞争与合作意识。	

备注: LO=learning outcomes (学习成果)

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
1	L021	熟悉调查方案的策划,调查问卷的设计,掌握常用的资料分析与预测方法,熟悉调查报告的写作。	面授加互动	课堂表现,测验,作业,考试
2	L022	熟悉 SWOT 分析、波士顿矩阵、STP 分析、4P 组合、销组织与控制等,并能有效应用。	面授加互动	课堂表现,测验,作业,考试

注: 教学大纲电子版公布在本学院课程网站上,并发送到教务处存档。

3	L027	熟悉营销策划原理与步骤、策划创意与文案、营销策划整体设计及运用等。	面授加互动	课堂表现, 测验, 作业, 考试
---	------	-----------------------------------	-------	------------------

六、课程内容

通过本课程学习, 要求学生了解下列基本概念: 市场、市场营销、策划、营销策划、策划创意、产品、定价、分销、人员推销、营业推广、公关策划、顾客服务等。

理解营销策划的基本理念、方法、原则、市场营销机会、市场细分与定位、消费者购买行为、产品的生命周期、营销策划管理方式等基本知识和理论。

课程难点: 掌握市场营销策划的一般规律、市场营销策划的一般流程、产品策划、价格策划、分销渠道策划、商业广告策划、人员推销策划、营业推广策划、公关策划、顾客服务策划。懂得运用市场营销的一般规律认识和分析企业营销中的问题, 进行企业营销策划。

以课堂教学为主, 采用灵活多样的教学方法, 将课堂教学与社会实践结合起来, 充分利用多媒体教学手段以及课外实践, 采用多种多样的教学方法, 延伸和深化本课程的教学。在教学中主要采用理论教学、案例教学、课堂互动、多媒体教学和实践教学、参加社会实践活动等。

七、课内实验名称及基本要求

序号	实验名称	主要内容	实验时数	实验类型	备注
1	文案创作	微信平台网络营销	8 课时	综合型	
2	图文内容设计	微博、小红书平台网络营销	4 课时	综合型	
3	视频内容设计	抖音、直播平台网络营销	4 课时	综合型	

八、评价方式与成绩

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
1	期末考试 (闭卷)	50%
X1	考勤+课堂表现	15%
X2	项目化学习	20%

X3	期中小测评	15%
X4		

撰写：李滨滨 系主任审核： 审核日期：2023.09.1