

《人人学点营销学》教学大纲

课程名称：人人学点营销学	课程所属模块：协作领导力
课程英文名称：Every Learn a Little Marketing	
总学时/周学时/学分：32/2/2	其中实验/实践学时：0
先修课程：无	
授课时间：	授课地点：
授课对象：大一到大四各专业都可选	
开课学院：东莞理工学院经济与管理学院/中南财经政法大学	
任课教师姓名/职称：贺艳春/副教授、方妙英/副教授、杜鹏副教授等	
答疑时间、地点与方式： 微信互动、课堂及课后互动、线下特约答疑、线下期末统一答疑等。	
课程考核方式：开卷（ ）闭卷（ ）课程论文（√）其它（ ）	
使用教材： 1、《市场营销学》，吴健安、聂元昆主编，高等教育出版社，2017年11月第六版。	
教学参考资料： 1、《销售与市场》杂志 2、《营销管理》，菲利普·科特勒，格致出版社，2016年7月第16版	
课程简介： <p>《人人学点营销学》是由东莞理工学院与中南财经政法大学联合打造的一门混合式通识选修课。它借助线上与线下教学相结合的方式，通过讲授营销知识，使学生树立现代市场营销观念，学会市场营销的基本理论，掌握市场营销的基本操作技能，培养学生制定营销方案的能力，并能灵活地加以应用，为将来工作奠定理念与能力基础。本课程主要内容包括营销理念与意识、营销环境评估、STP理论、4Ps等内容模块。</p> <p>本课程采用国内市场营销学教学的经典教材，结合参考使用国外营销学教材和行业内知名的注重营销实践的刊物，充分运用案例教学和项目制教学</p>	

方法，培养学生分析和解决营销实际问题的能力。

课程教学目标

一、知识目标：

通过本课程的学习，要使学生能够了解市场营销的一般规律，理解市场营销的基本概念和基本原理，理解营销战略与营销策略的理论精髓，掌握营销知识，养成正确的商业伦理观念。

二、能力目标：

通过本课程的学习，培养学生的营销分析与营销策划能力。营销分析需要注重掌握营销分析方法与分析工具运用。营销策划本身是企业为了谋求自我生存和发展的最佳环境和市场竞争优势而进行的创新性的决策思维，因而营销策划能力的培养也是营销决策思维方式的培养。

三、素质目标：

通过本课程的学习，培养学生的国际市场视野和国际市场思维，掌握国际市场营销分析与策划的思维，使学生具有国际视野和胸怀天下的素质。

本课程与学生核心能力培养之间的关联（打钩）：

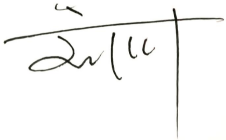
- 模块 1：道德影响力 ☐
- 模块 2：审美鉴赏力 ☐
- 模块 3：协作领导力 ☒
- 模块 4：认知理解力 ☐
- 模块 5：应用行动力 ☐
- 模块 6：高阶创造力 ☐
- 模块 7：沟通表达力 ☐

理论教学进程表

周次	教学主题	授课教师	学时数	教学内容（重点、难点、课程思政融入点）	教学模式 （线上/混合式/线下）	教学方法	作业安排
3	导学	贺艳春 方妙英	2	导学，介绍市场营销基本知识、框架 重点： 掌握市场营销学名称的由来以及市场营销学思考的逻辑和框架体系；本课程的亮点；	线下	讲授	

				市场营销的学习方法以及注意事项等。 难点： 营销内涵、营销意义。 课程思政融入点： 商业伦理与社会主义价值观的体现			
4	市场营销概念、营销导向、公司战略与营销管理	杜鹏等	2	营销内涵；营销导向；公司战略；营销管理。 重点： 营销概念；营销导向。 难点： 公司战略	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
5	市场营销环境分析	杜鹏等	2	战略衔接；外部环境分析、内部资源分析、SWOT、问卷编制 重点： 外部环境分析、内部资源分析、问卷编制 难点： SWOT 分析 课程思政融入点： 国际经济环境与爱国主义思想打造	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
6	购买行为分析	杜鹏等	2	消费者购买过程研究；消费者购买过程影响因素 重点： 消费者购买过程研究； 难点： 消费者购买过程影响因素	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
7-8	STP 策略	杜鹏等	4	市场细分；细分市场评价与目标市场选择与市场定位及定位策略 重点： 市场细分；目标市场选择 难点： 市场定位	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验

9	产品策略	杜鹏等	2	整体产品概念；产品策略；包装策略； 重点： 整体产品概念；产品线策略；包装策略。 难点： 产品线策略。	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
10-11	新产品开发、品牌管理 你	杜鹏等	4	新产品开发与推广策略；品牌内涵、品牌行为 重点： 新产品开发与推广 难点： 新产品开发；品牌策略。	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
12-13	价格策略	杜鹏等	4	价格—质量策略；定价方法与策略；发动；价格变更及市场反应；常见定价错误 重点： 定价方法与策略； 难点： 常见定价错误	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
14-15	渠道策略	杜鹏等	4	渠道设计及其方法；渠道管理及其方法；线上渠道与线下渠道结合 重点： 渠道设计及其方法；渠道管理及其方法 难点： 线上渠道与线下渠道结合 课程思政融入点： 人际裂变渠道的合规性与合法性约束	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
16-17	营销策略	杜鹏等	4	营销前沿、病毒营销、故事营销、社会化营销 重点： 各种营销方式 难点： 整合营销传播思想	线上/：超星泛雅平台	观看课程视频	课后章节测验
18	串讲与总结	贺艳春 方妙英	2		线下		
合计			32				

考核方法及标准		
考核形式	评价标准	权重
考勤及线下课堂表现	旷课一次扣 20 分，请假一次扣 10 分（满分 100 分）	10%
观看视频	根据观看视频的完成情况评分（满分 100 分）	30%
线上习题	线上习题的完成情况（满分 100 分）	10%
期末考试（课程论文）	按照完成情况（满分 100 分）	50%
大纲编写时间：2023 年 7 月 18 日		
模块负责人审查意见： 同意		
负责人签名： 		日期： 年 月 日