

## 《 营销策划 》 教学大纲

课程名称：营销策划	课程类别（必修/选修）：选修
课程英文名称：Marketing Planning	
总学时/周学时/学分：32/4/2	其中实验/实践学时：0
先修课程：市场营销学、消费者行为学	
后续课程支撑：毕业论文	
授课时间：周一 3-4 节、周三 3-4 节	授课地点：莞城图书馆 407、莞城 6409
授课对象：2020 工商 1、2 班、2022 工商(专升本)1 班	
开课学院：经济与管理学院	
任课教师姓名/职称：陈永栓/讲师	
<b>答疑时间、地点与方式：</b> <b>1.课堂：</b> 每次上课的课前、课间和课后进行答疑； <b>2.课外：</b> 可直接到 2309 办公室进行答疑； <b>3.线上：</b> 建立微信课程群，实施线上答疑。	
<b>课程考核方式：</b> 开卷（    ）       闭卷（    ）    课程论文（    ）    其它（√）营销策划书	
<b>使用教材：</b> 《营销策划：原理与实务》第 1 版，连漪、梁健爱 编著，2021 年，中国人民大学出版社。 <b>教学参考资料：</b> 《企业营销策划》第 4 版，叶万春、叶敏 编著，2018 年，中国人民大学出版社。 《营销策划》第 3 版，孟韬、毕克贵 编着，机械工业出版社。	
<b>课程简介：</b> 营销策划是工商管理专业的限选课程。这是一门与时代同步发展、创新的一门学科，通过市场营销的理论框架、大量策划案例和策划方法，以培养学生营销策划能力、创新思维为导向，了解企业如何以消费者需求为中心，合理组织其生产、销售、经营活动，达到开拓市场，满足市场需求、赢得竞争，实现企业经济效益和社会效益的目标。	
<b>课程教学目标及对毕业要求指标点的支撑：</b>	

课程教学目标	支撑毕业要求指标点	毕业要求
<b>目标 1:</b> 掌握营销调研与营销调研策划概念、营销调研策划的内容和方法、营销调研的基本步骤	3.4 能够自我学习解决经济管理问题的创新工具	3 学生能够使用定量和信息技术（IT）工具对问题进行分析
<b>目标 2:</b> 了解企业战略的内容和分析框架、营销战略策划的流程、企业营销战略策划；学会撰写营销策划书的结构与技巧	4.1 能够通过书面形式清晰的表达自己的观点，撰写规范的商业文书	4 学生具有在多元商业环境工作中所需口头和书面沟通能力
<b>目标 3:</b> 掌握创意概念与核心、营销创意概念与衡量标准、营销创意来源、营销创意思维开发过程和方法	5.3 具有创新意识和解决实际问题的创新创业能力	5 学生具有创新意识并应用创新精神解决多元商业问题的能力

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/线下	教学方法	作业安排	支撑课程目标
1-2	营销策划导论 营销调研策划	陈永栓	8	营销策划的原理与调研 <b>重点：</b> 正确理解营销策划的原理和理念 <b>难点：</b> 营销调研策划的内容和方法 <b>课程思政融入点：</b> 引导学生重新审视工业化发展道路、经济增长方式，寻找一种不同于传统工业化发展方式的新的发展模式，确立一种全新的社会营销观念、可持	线上教学	讲授	<b>课程思政作业：</b> 要求学生每人至少阅读两篇与绿色营销、可持续发展有关的文章或书籍，并撰写心得体会 <b>课程小组作业：</b> 根据调查问题设计一份调查问卷	目标 1

				续发展营销理念 <b>重点：</b> 营销策划的访问调查 <b>难点：</b> 调查问卷设计与分析 <b>课程思政融入点：</b> 端立学生访问调查的专业态度，避免虚假的数据分析和夸张词汇				
3-4	营销策划的创意与方法 营销战略策划	陈永栓	8	营销策划创意过程、营销战略策划流程 <b>重点：</b> 营销策划中创意的运用 <b>难点：</b> 营销策划创意的技法和效果测定 <b>课程思政融入点：</b> 激发学生在大众创业，万众创新时代中的创新精神和创意基因	线下教学	讲授	<b>课程思政作业：</b> 要求学生每人至少阅读两篇与营销策划创意有关的文章或书籍，并撰写心得体会	目标 3
5-6	营销策划文案 宣传海报	陈永栓	8	营销策划文案与海报设计 <b>重点：</b> 营销策划文案创意 <b>难点：</b> 营销策划文案撰写	线下教学	讲授	<b>课程小组作业：</b> 以学校周边商家进行各种活动推广....等主题设计宣传海报	目标 2
7-8	营销策划书书面与口头汇报	陈永栓	8	营销策划书 <b>重点：</b> 营销策划书框架与内容 <b>难点：</b> 营销策划书撰写与汇报	线下教学	讲授	<b>课程小组作业：</b> 完成宣传海报的活动策划书并进行汇报	目标 2
合计			32					

课程考核

课程目标	支撑毕业要求指标点	评价依据及成绩比例（%）			
		作业	宣传海报	营销策划书	
目标一	3.4	4	10	15	29
目标二	4.1	6	15	30	51
目标三	5.3	10	5	5	20
总计		20	30	50	100

备注：1) 根据《东莞理工学院考试管理规定》第十二条规定：旷课3次（或6课时）学生不得参加该课程的期终考核。2) 各项考核标准见附件所示。

大纲编写时间：2023年8月22日

系（部）审查意见：

同 意

系（部）主任签名：



日期：2023年8月29日

备注：

附录：各类考核评分标准表

作业评分标准

观测点	评分标准			
	<i>A (100)</i>	<i>B (85)</i>	<i>C (70)</i>	<i>D (0)</i>
基本概念掌握程度	概念清楚，分析正确。	概念比较清楚，作业比较认真，分析比较正确。	概念基本清楚，分析基本正确。	概念不太清楚，分析错误较多。
解决问题的方案正确性	解题思路清晰，分析正确。	概念比较清楚，作业比较认真，分析比较正确。	概念基本清楚，分析基本正确。	概念不太清楚，分析错误较多。
作业完成态度	按时完成，书写工整、清晰，符号、单位等按规范要求执行。	按时完成，书写清晰，主要符号、单位按照规范执行。	按时完成，书写较为一般，部分符号、单位按照规范执行。	未交作业或后期补交，不能辨识，符号、单位等不按照规范执行。

宣传海报评分标准

观测点	评分标准			
	<i>A (100)</i>	<i>B (85)</i>	<i>C (70)</i>	<i>D (0)</i>
基本概念掌握程度	概念清楚，营销观念正确。	概念比较清楚，作业比较认真，营销观念比较正确。	概念基本清楚，营销观念基本正确。	概念不太清楚，营销观念错误较多。
解决问题的方案正确性	解题思路清晰，海报设计有创	概念比较清楚，作业比较认真，	概念基本清楚，海报设计基	概念不太清楚，海报设计

	意。	海报设计比较有创意。	本有创意。	无创意。
作业完成态度	按时完成，宣传海报设计按规范要求执行。	按时完成，宣传海报设计能按照规范执行。	按时完成，宣传海报设计较为一般，按照规范执行。	未交作业或后期补交，宣传海报设计不按照规范执行。

### 营销策划书评分标准

观测点	评分标准			
	<i>A(100)</i>	<i>B(85)</i>	<i>C(70)</i>	<i>D(0)</i>
预习报告 (权重 0.3)	按时完成，内容完整、正确，字迹清晰工整	按时完成，内容基本完整，书写清晰	延时完成，内容基本完整，能够辨识	未提交或后期补交，内容不完整，不能辨识
策划方案设计 (权重 0.4)	设计规范，策划步骤合理清晰，在规定的时间内完成策划书	能按要求较完整完成设计，策划过程安排较为合理，在规定时间内完成策划书	基本能按要求进行设计，策划步骤安排不合理，完成策划书时间稍为滞后	设计不规范，策划步骤不合理，未在规定的时间内完成策划书
总结报告 (权重 0.3)	按时完成，内容全面，字迹清晰、工整，数据记录、处理、计算、作图正确，对策划结果汇报分析合理	按时完成，内容基本完整，能够辨识，数据记录、处理、计算、作图基本正确，对策划结果汇报分析基本合理	按时完成，内容部分欠缺，但能够辨识，数据记录、处理、计算、作图出现部分错误，对策划结果汇报分析出现部分错误	未提交或后期补交，内容不完整，不能辨识，数据记录、处理、计算、作图出现大部分错误，未对策划结果进行分析或分析基本全部错误

