

《市场营销学》课程教学大纲

课程名称：市场营销学			课程类别（必修/选修）：必修		
课程英文名称：Principles of Marketing					
总学时/周学时/学分：54/3/3			其中实验/实践学时：18		
先修课程：西方经济学、管理学原理					
授课时间：1-18 周 周五 1-3 节			授课地点：莞城校区 5205		
授课对象：2017 工商管理 1、2 班					
开课学院：经济与管理学院					
任课教师姓名/职称：贺艳春/副教授					
答疑时间、地点与方式：课前、课后，教室，交流					
课程考核方式：开卷（）闭卷（√）课程论文（）其它（）					
使用教材：吴健安主编：《市场营销学》（第六版），高等教育出版社. 2017					
教学参考资料：菲利普·科特勒编著：《营销管理》（第 15 版），上海格致出版社，2016					
课程简介：本课程是工商管理专业的专业核心课程。其教学任务是：通过本课程的学习，使学生树立现代市场营销观念，懂得市场营销的基本理论，掌握市场营销的基本知识、基本技能并能灵活地加以应用，为将来从事工商管理及相关管理工作奠定基础。					
课程教学目标 1. 知识与技能目标。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，掌握企业市场营销活动中的各种策略及其适用范围，具备一定的市场分析与预测能力。培养学生成为企业所需的，具有一定市场开拓能力的人才； 2. 过程与方法目标。市场营销学课程重点培养学生的市场营销策划能力。从策划创意过程来看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方式因而营销策划能力的培养也是决策思维方式的培养重点应培养学生的发散式思维、收敛式思维、系统式思维、逆向思维、矛盾思维等营销典型式思维当然对于分析与综合、抽象与概括、归纳与演绎等一般思维也应加强夯实使得策划案具有可行性、可操作性； 3. 商业伦理观发展目标。通过对市场营销课程的学习，使学生树立正确的商业伦理观，培养学生正确的商业理念，为未来从事相关工作奠定良好的道德基础和心理基础。				本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏)： ☐核心能力 1. ☐核心能力 2. ☐核心能力 3. ☐核心能力 4. ☐核心能力 5. ☐核心能力 6. ☐核心能力 7. ☐核心能力 8.	
理论教学进程表					
周次	教学主题	教学时长	教学的重点与难点	教学方式	作业安排
1	营销本质：创造顾客价值与满意（上）	3	营销内涵；成功营销特征	讲授	

2	营销本质：创造顾客价值与满意（下）； 战略计划、营销过程 与环境分析（上）	3	成功营销的本质特征；为谁提供价值；战略计划过程及相关模型	讲授+小 案例讨论	案例分析
3	战略计划、营销过程 与环境分析（下）	3	宏观环境分析部分；产业环境和微观环境分析；SWOT 分析方法；	讲授	
4	营销调研与需求预测	3	营销调研程序与方法；需求预测方法	讲授+小 案例讨论	案例分析
5	消费者购买过程分析	3	消费者购买过程研究；消费者购买过程影响因素分析；	讲授+小 案例讨论	
6	产业市场与组织购买分析；竞争者分析；	3	产业市场特征、购买过程；策略群体与竞争者确认、竞争地位与竞争策略；	讲授+小 案例讨论	
7	市场细分、目标市场选择与市场定位	3	市场细分；细分市场评价与目标市场选择依据及确认；市场定位及定位策略	讲授+小 案例讨论	案例分析
8	产品策略	3	产品线策略；品牌策略；包装策略；	讲授+小 案例讨论	
9	产品生命周期与新产品开发	3	产品生命周期形态、不同阶段营销策略；产品开发的意义、方法与步骤	讲授+小 案例讨论	
10	定价策略	3	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	讲授+小 案例讨论	
11	分销策略	3	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	讲授+小 案例讨论	案例分析
12	促销策略	3	五类促销策略及其组合运用	讲授+小 案例讨论	
合计		36			
实验教学进程表					
周次	实验项目名称	学时	重点与难点	项目类型 (验证/综合/设计)	教学方式
13	中间品销售的营销意	3	常犯错误与规避方法	验证	小组讨论，教师点评

	识与方法（案例）； 市场细分与目标市场 选择（案例）				
14	品牌建设案例讨论 （案例）；价格战典 型案例	3	方法、思维与错误	验证	小组讨论，教师点评
15	渠道策划典型案例； 渠道冲突典型案例	3	渠道架构与渠道管理的方法 运用	验证	小组讨论，教师点评
16	东莞典型营销案例； 营销问题质疑	3	营销策划难题与突破	验证	小组讨论，教师点评
17	营销策略与商业模式 设计	3	营销理论在商业模式设计中的 运用	验证	讲述、案例讨论与教 师点评
18	营销案例策划	3	基本框架与模块应用	验证	展示+教师点评
合计		18			
成绩评定方法及标准					
考核形式		评价标准			权重
平时成绩		不得无故缺席，积极参与讨论和回答问题，认真完成作业			20%
期中考试		第 11-14 周，考试，考试方式：策划或案例分析			20%
期末考试		书写工整，答题正确			60%
大纲编写时间：2019 年 3 月 5 日					
系（部）审查意见：					
同意遵照培养方案的学时、学分及考核方式等要求编写					
系（部）主任签名：			日期：2019 年 3 月 18 日		

