

《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）：专业选修课
课程英文名称：Principles of Marketing		
总学时/周学时/学分：54/3/3		其中实验（实训、讨论等）学时：18
先修课程：经济学原理、管理学原理		
授课时间：1-18 周周二 5-7 节		授课地点：莞城 7309
授课对象：2017 投资学 1 班, 2017 投资学 2 班		
开课院系：经济与管理学院		
任课教师姓名/职称：邓念武/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		
教学参考资料：		
1、菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗著：《市场营销学原理》（第 9 版），清华大学出版社，2003 年 3 月版。		
2、涂山青、程天荃主编：《营销策划与营销实战》，华中师范大学出版社，1999 年 5 月版。		
3、（美）赖瑞·泰伊著：《公关之父伯奈斯》，海南出版社，2003 年 6 月版		
课程简介：		
本课程是工商管理专业的专业核心课。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		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)：
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；		☐ 核心能力 1.
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；		☐ 核心能力 2.
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。		☐ 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.
		（根据要求，无需填写）
理论教学进程表		

周次	教学主题	教学时长	教学重点与难点	教学方式	作业安排
1、2	市场营销与市场营销学	6	教学重点：市场营销的基本含义及相关概念。教学难点：相关概念的准确理解。	讲授	
3	市场营销管理哲学 市场营销环境	3	市场营销管理哲学的不同形态及其内在联系；市场营销环境的内容与特点	讲授 + 小案例讨论	
4	市场行为分析	3	影响消费者购买的主要因素和消费者购买决策过程，生产者市场、中间商市场的特点及购买行为分析。	讲授 + 小案例讨论	1
5、6、7	目标市场营销策略	9	教学重点：市场细分原理与标准、目标市场战略、市场定位方式。教学难点：市场细分的依据和标准。	讲授 + 小案例讨论	
8	产品策略	3	产品及产品整体概念；产品生命周期概念及其构成；产品生命周期不同阶段的特点与营销策略；新产品开发的程序；品牌策略；包装策略	讲授 + 小案例讨论	
9	定价策略	3	定价方法和定价基本策略	讲授	1
10	分销策略	3	分销渠道的含义与职能；分销渠道的类型。影响分销渠道设计的因素；分销渠道的设计；分销渠道的管理。批发商的含义与类型；零售商类型；无门市零售形式。物流的含义与职能；物流目标；物流规划与管理	案例分析	1
11、12	促销策略	6	教学重点：促销组合、营业推广。教学难点：促销媒体的选择；促销效果的测定	讲授 + 小案例讨论	1
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 (实训/讨论)	教学方式

13	出租司机给我上的 MBA 课	3	如何寻找、选择目标顾客	讨论	小组讨论, 教师点评	
14	对产业市场推销失败的案例	3	推销员常犯的错误	讨论	小组讨论, 教师点评	
15	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	讨论	小组讨论, 教师点评	
16	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	讨论	小组讨论, 教师点评	
17	东莞典型营销案例; 营销问题质疑	3	营销策划难题与突破	讨论	小组讨论, 教师点评	
18	我如何让顾客满意	3	服务营销的真谛	讨论	小组讨论, 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					40%
期末考试	书写工整, 答题正确					60%
大纲编写时间: 2019 年 3 月 1 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		