

《市场营销学》课程教学大纲

一、课程与任课教师基本信息

课程名称：市场营销学	课程类别：选修课
课程英文名称：Principles of Marketing	
总学时/周学时/学分：32/2/2	其中实验（实训、讨论等）学时：6
先修课程：经济学、管理学	
授课时间：1-16 周 周五 1、2 节/3、4 节	授课地点：6c301
授课对象：2014 软件卓越 1 班 2014 应化卓越 1 班/2014 机械卓越 1 班 2014 电子卓越 1 班	
开课院（系）： 经管学院	
任课（/助课）教师姓名/职称： 邓念武 副教授	编写人姓名/职称： 邓念武 副教授
使用教材：吴健安主编：《市场营销学》（第五版），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	
课程期末考核方式：开卷（ ） 闭卷（ ） 课程论文（◆） 实操（ ）	
联系电话：729827	Email:dengnw@163.com
答疑时间、地点与方式：1. 课前、课间和课后，采用一对一的问答方式。2. 平时，可采用 QQ、电子邮件、电话等方式，随时答疑。3. 每次发放作业时，采用集中讲解方式	
编写时间：2016-9-1	

二、课程简介

本课程是非工商管理专业的选修课。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。

三、课程教学目标

结合本课程的基本内容以及课程的基本特点，制定如下目标：

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. 情感、态度与价值观发展目标：作为未来的营销人才首先应具备应有的营销道德勇于承担社会责任进而在未来的职业生涯中把以符合法律和伦理道德的行为方式提供给企业增进社会福利。其次注重个人品质与道德的教育着力树立学生的自尊、自信、自我管理、诚实、正直的人格。最后注重团队精神的培养即团队合作能力、沟通交流能力的培养使学生具有良好的从业心态、大局意识、奉献精神、协作精神和服务精神。

四、课程进度表

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、2	市场营销与市场营销学	4	市场营销的基本含义及相关概念	课堂讲授	1
3、4	市场营销管理哲学、市场营销环境	4	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	课堂讲授	
5、6	市场行为分析	4	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	课堂讲授	
7、8	目标市场营销策略	4	市场细分原理与标准、目标市场战略、市场定位方式与战略。	课堂讲授	
9、10	产品策略	4	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、品牌和包装策略	课堂讲授	1
11、12	定价策略	4	定价方法和定价基本策略	课堂讲授	
13、14	分销策略	4	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；零售商的类型；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	课堂讲授	1
15、	促销策略	4	促销的含义、促销组合及影响因素。人员推销的概念、推销人员的素质；推销人员的甄选与	课堂讲授	

16			培训；推销人员的考核与评价。广告的概念与种类；广告媒体及其选择；广告设计的原则；广告效果的测定。公共关系的概念与特征；公共关系的活动方式和工作程序。营业推广的特点；营业推广的方式；营业推广的控制		
合计		32			3

五、成绩评定方法及标准

考核内容	评价标准	权重
到堂情况	不得无故缺席，上课勤做笔记，积极回答问题	10%
课堂讨论	认真准备，积极参与讨论	10%
课后作业（即单元测试）	每章授课结束，教师均会根据所讲内容以及需要延伸的内容，提出具体要求，布置相关作业	10%
期末考核	采用开卷考的形式考核学生对知识的掌握与应用	70%
期末考核方式	开卷考试	

六、院（系）教学指导委员会审查意见

我院（系）教学指导委员会已对本课程教学大纲进行了审查，同意执行。

院（系）教学指导委员会主任签名：

日期： 年 月 日