

《市场营销学》课程教学大纲（2020 版）

课程基本信息 (Course Information)					
课程代码 (Course Code)	BU401	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	(中文) 市场营销学				
	(英文) Marketing				
课程类型 (Course Type)	专业基础课				
授课对象 (Target Audience)	汉语言专业外国留学生				
授课语言 (Language of Instruction)	全中文				
*开课院系 (School)	人文学院				
先修课程 (Prerequisite)	无	后续课程 (post)			
*课程负责人 (Instructor)	侯建荣	课程网址 (Course Webpage)			
*课程简介 (中文) (Description)	<p>(中文 300-500 字, 含课程性质、主要教学内容、课程教学目标等)</p> <p>通过本课程的学习, 要求学生系统了解市场营销的基本理论、知识和方法, 即在掌握市场营销观念、营销管理核心概念的基础上, 力求对市场机会的把握、市场研究方法的应用、市场细分、市场定位、市场开发等专门工具了解与掌握, 进而对营销多种策略有更深入和广泛的了解。通过本课程学习, 能灵活运用市场营销理论和工具, 分析与解决营销实践问题, 培养学生进行市场调研、营销策划的方法与技能。</p>				

*课程简介 (英文) (Description)	<p>This course is a selective management course for the undergraduate students.</p> <p>In learning theory: through the studying of this course, students are required to understand and master the basic theory of marketing, knowledge and methods and strive to seize market opportunities, application, market research methods of market segmentation, market positioning, market development and other special tools, and then have more in-depth and comprehensive understanding of a variety of marketing strategies.</p> <p>In practical application, students are required to use the theory and tools of marketing flexibly to analyze and solve the problems of marketing practice.</p> <p>Training students' methods and skills to conduct market research and marketing planning.</p>							
课程目标与内容 (Course objectives and contents)								
*课程目标 (Course Object)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 热爱本行业领域工作, 有远大的创业理想和目标 (A2); 2. 领会和掌握营销学理论的基本思想和方法 (B1); 3. 了解企业在新营销环境下营销管理所面临的新问题和发展动向 (B4); 4. 通过学习和实际案例讨论, 培养学生分析和解决企业营销管理中存在的实际问题能力 (C5); 5. 刻苦勤奋, 培养和激励学生商业创新和创业的精神 (D1-D2)。 							
毕业要求指标 点与课程目标 的对应关系 (根据学院要求填写)	课程目标				毕业要求指标点			
	课程目标 2 课程目标 3 课程目标 4				掌握市场营销学基本思想方法, 解决企业营销中存在的实际问题。			
	课程目标 5				具有远大理想和创业精神。			
*教学内容进度 安排及对应课 程目标 (Class Schedule & Requirements & Course Objectives)	章节	教学内容 (要 点)	教学目 标	学时	教学形式	作业及考核要 求	课程思政 融入点	对应课程目 标
	1.1 1.2 1.3	<p>第一章 营销学 导论 1.1 为什么 要学习营销学? 1.2 营销概念的 理解和营销学几 个核心概念 1.3 营销管理理念</p>	理解营 销学的 基本概 念	2	讲解	小组讨论案 例: 柯达是如 何破产的?		课程目标 2 课程目标 4

1.4 1.5	第一章 营销学 导论 1.4 营销管 理和客户关系管 理问题理解 1.5 现代营销学面临 的挑战	理解现 代营销 及面临 的挑战	2	讲解	小组讨论案例: “顾客是上 帝”	课程目标 3 课程目标 4
2.1 2.2	第二章 营销环 境分析 2.1 营销 宏观环境分析 2.2 营销微观环 境分析	掌握营 销的宏 观与微 观分析	2	讲解	小组讨论案 例:文化差异 对营销产生 的影响	课程目标 2
3.1 3.2 3.3	第三章 营销信 息管理 3.1 营销 信息需求 3.2 营 销调研问题 3.3 调研问卷的设计	理解并 掌握营 销学如 何获取 有效信 息	2	讲解	小组作业:有 关购物狂和支 付方式关系的 调研	课程目标 2 课程目标 3
4.1 4.2 4.3	第四章 市场和 消费行为分析 4.1 消费者市场 的消费行为特征 4.2 消费者购买 行为决策过程 4.3 商业市场的 购买行为分析	理解并 掌握消 费者行 为分析	2	讲解	小组讨论:家 庭摄像系统的 市场分析或蔬 菜农药测试试 纸的市场分析	课程目标 2 课程目标 3
5.1 5.2 5.3	第五章 市场细 分、目标市场和 市场定位 5.1 市 场细分 5.2 目标 营销 5.3 竞争优 势定位	理解市 场细分 及定位	2	讲解	小组作业:面 向老年人的智 能手机市场分 析	课程目标 2 课程目标 3
6.1	第六章 产品、 服务和品牌战略 6.1 产品和服务 决策	理解什 么是战 略以及 企业如 何决策	2	讲解	小组案例视频 讨论: Nike 品 牌的成长过程	课程目标 2 课程目标 4
6.2	第六章 产品、 服务和品牌战略 6.2 品牌战略分 析	掌握如 何进行 品牌战 略分析	2	讲解	讨论学习:一 个品牌的故 事:百岁山	课程目标 2 课程目标 4
8.1 8.2	第八章 定价影 响因素和方法 8.1 定价的影响	理解并 掌握影 响定价	2	讲解	小组讨论:特 效生物制药药	课程目标 2 课程目标 4

		因素 8.2 定价基本方法	的因素和基本定价方法			品的定价问题思考		
9.1 9.2 9.3		第九章 价格战略 9.1 新产品定价战略 9.2 产品组合定价战略 9.3 价格调整战略	理解各种价格战略	2	讲解	小组讨论：一个捆绑定价的案例分析		课程目标 2 课程目标 4
10.1 10.2		第十章 营销渠道与供应链管理 10.1 营销渠道的特性及其重要性 10.2 渠道行为与组织	理解渠道与供应链的基本知识	2	讲解	小组讨论：京东渠道的轻与重		课程目标 2 课程目标 4
10.3 10.4		第十章 营销渠道与供应链管理 10.3 渠道设计与管理决策 10.4 渠道与供应链管理	理解渠道和供应链该如何进行管理	2	讲解	小组讨论：雅芳品牌在中国市场的发展		课程目标 2 课程目标 4
11.1		第十一章 广告、销售促进和公共关系 11.1 广告	了解广告的基本知识	2	讲解	广告视频类型欣赏		课程目标 2 课程目标 4
11.2 11.3		第十一章 广告、销售促进和公共关系 11.2 销售促进 11.3 公共关系	了解广告与公共关系	2	讲解	小组讨论：友邦公司危机事件分析		课程目标 2 课程目标 4
12.1 12.2 12.3		第十二章 人员销售与直销 12.1 人员销售 12.2 人员销售的过程和队伍建设 12.3 直销	理解掌握销售的不同过程与特点	2	讲解	小组讨论：网络销售相关问题讨论		课程目标 2 课程目标 3
		随堂课程考核	对于所学内容能够有很好地理解和表达	2	开卷			课程目标 5

课程目标达成度评价 (根据学院要求填写)	考核方式	课程目标	平时作业 (20分)	课程项目 (30分)	期末考试 (50分)	课程目标权重	课程目标达成度
*考核方式 (Grading)	示例： (1) 平时课堂参与成绩 20 分 (2) 小组平时作业 30 分 (3) 期末考核 50 分						
*教材或参考资料 (Textbooks & Other Materials)	1.教材：市场营销学原理， 菲利普.科特勒等， 机械工业出版社， 2013， ISBN： 978-7-111-43202-9 2.参考书： 市场营销策划， 孟韬编， 东北财经大学出版社， 2014， ISBN： 978-7-5654-1479-4						
其它 (More)							
备注 (Notes)							

备注说明：

1. 带*内容为必填项。
2. 课程简介字数为 300-500 字；课程大纲以表述清楚教学安排为宜，字数不限。