**2025 至 2026 学年第 一 学期**

**教**

**学**

**大**

**纲**

学院： 经济与管理

系别： 市场营销

年级专业：2023级市场营销专升本

系主任： 伍家军

2025年9月

目录

[三明学院市场营销专业(网络营销)教学大纲 1](#_Toc17721)

[三明学院市场营销专业（文案策划与写作）教学大纲 6](#_Toc10592)

[三明学院市场营销专业（毕业论文）教学大纲 10](#_Toc11709)

[三明学院市场营销专业（品牌管理）教学大纲 14](#_Toc24736)

[三明学院市场营销专业（网店运营）教学大纲 21](#_Toc20663)

[三明学院市场营销专业（分销管理）教学大纲 26](#_Toc19489)

[三明学院市场营销专业（营销策划）教学大纲 32](#_Toc1289)

[三明学院数字经济专业（人力资源管理）教学大纲 37](#_Toc28236)

# 三明学院市场营销专业(网络营销)

**教学大纲**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 网络营销 | | | | | 课程代码 | | | | 2512520823 | |
| 课程类型 | * 通识课学科平台和专业核心课   专业方向 专业任选 其他 | | | | | 授课教师 | | | | 杨寓翔 | |
| 修读方式 | ☑必修 选修 | | | | | 学 分 | | | | 2 | |
| 开课学期 | 第一学期 | | 总学时 | 32 | | 其中实践学时 | | | | 8 | |
| 混合式  课程网址 | 无 | | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：电子商务概论  后续课程：电子商务数据分析概论 | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | **全书一共9章，分为4大部分。**  **\*部分（第1～2章）网络营销基础知识**  首先介绍了**网络营销**的基础知识，然后介绍了网络营销市场调研与网络消费者分析等。  **第二部分（第2～5章）网络营销方法**  首先讲解了网络广告与图片推广，网络音视频和直播营销，软文营销。  **第三部分（第6～8章）网络营销文案基础与写作**  首先讲解了文案基础与写作，文案的内容结构与形式设计以及文案写作技巧  **第四部分（第9章）撰写网络营销策划方案**  讲解撰写网络营销策划方案 | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1.1 掌握网络营销基础知识与方法。（A2、A3、A4、A6）  1.2 掌握网络营销策划方案写作技巧。（（A2、A3、A4、A6）  （二）能力：  2.1 网络营销文案写作技巧。（A4、A6、A12）  2.2 撰写网络营销策划方案。（A4、A6、A12）  （三）素质：  3.1 建立自主学习与创新精神。（A7、A12）  3.2 树立的融合发展思维。（A7、A12） | | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | 课程目标 | | | |
| 1.素质要求 | | | **1.**具有较深爱国爱家情怀、较强社会责任意识、一定科学求真精神、良好职业道德品质、一定绿色环保理念和创新创业意识、健康身心素质。 | | | | 课程目标2、12 | | | |
| 2.知识要求 | | | 2了解掌握网络营销框架及原理、文案写作技巧、撰写网络营销策划方案等。 | | | | 课程目标3、4、6、7 | | | |
| 3.能力要求 | | | 3.具备较强的网络营销策划方案规划能力、人际沟通、团队协作等管理技能。 | | | | 课程目标3、4、6 | | | |
| **E**  **教学内容** | 章节内容 | | | | | | | 学时分配 | | | |
| 理论 | 实践 | | 合计 |
| 1.认识营销、市场营销与网络营销 | | | | | | | 2 |  | | 2 |
| 2.网络市场调研与网络消费者分析 | | | | | | | 4 |  | | 4 |
| 3.网络广告与图片推广 | | | | | | | 4 |  | | 4 |
| 4.网络音视频和直播营销 | | | | | | | 2 | 2 | | 4 |
| 5.软文营销 | | | | | | | 4 |  | | 4 |
| 6.文案基础与写作 | | | | | | | 2 |  | | 2 |
| 7.文案的内容结构与形式设计 | | | | | | | 2 | 2 | | 4 |
| 8.文案写作技巧 | | | | | | | 2 | 2 | | 4 |
| 9.撰写网络营销策划方案 | | | | | | | 2 | 2 | | 4 |
| 合 计 | | | | | | | 24 | 8 | | 32 |
| **F**  **教学方式** | □课堂讲授 □讨论座谈 ☑问题导向学习 □分组合作学习  □专题学习 □实作学习 □探究式学习 ☑线上线下混合式学习  ☑其他 上机实务操作 | | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | | |
| **1** | 1.认识营销、市场营销与网络营销 | | 课程目标2、3 | 介绍华为mate 60 pro在8/29開售的出奇不意的營銷效應 | | 感受民族自豪感，感受祖国发展的强大 | | | 课堂讲授 | |
| **2** | 2.网络市场调研与网络消费者分析 | | 课程目标2、3、4 | 介绍internet從1995年開始對世界商業造成的沖擊與改變 | | ‌**科技自强**‌（中国电商自主创新突破技术壁垒）；‌**文化自信**‌（数字支付赋能传统商业伦理）；‌**青年担当**‌（跨境电商助力乡村振兴与“一带一路”）；‌**可持续发展**‌（绿色物流实践与《数据安全法》治理框架）。 | | | 课堂讲授 | |
| **3** | 3.网络广告与图片推广 | | 课程目标3、4 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **4** | 4.网络音视频和直播营销 | | 课程目标4、6、7 | 介紹2007年喬布斯發表iphone怎麼改變傳統电子商务的商业模式 | | ‌**科技自强**‌（华为鸿蒙生态突破iOS垄断，2024年全球开发者占比达35%）； ‌**文化自信**‌（出海四小龍借算法及創新商业模式走向世界）； ‌**青年担当**‌（95后团队依托SHEIN柔性供应链，为东盟乡村工厂创造10万+就业）； ‌**绿色智造**‌（蚂蚁链隐私计算技术减碳30万吨，护航《个人信息保护法》落地）。 | | | 课堂讲授、讨论 | |
| **5** | 5.软文营销 | | 课程目标6、7 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **6** | 6.文案基础与写作 | | 课程目标6、7 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **7** | 7.文案的内容结构与形式设计 | | 课程目标4、6、7 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **8** | 8.文案写作技巧 | | 课程目标6、7 |  | |  | | | 课堂讲授、讨论 | |
| **9** | 9.撰写网络营销策划方案 | | 课程目标6、7 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | 支撑课程目标 | | | | |
| 考勤（10%，10分） | | | 基准分10分，旷课一次扣2分，迟到早退一次扣1分 | | | 课程目标2、12 | | | | |
| 学期报告（30分） | | | 学期报告和笔记记录情况 | | | 课程目标3、4、6、7 | | | | |
| 课堂表现（10分） | | | 基准分3分，主动回答问题给予0-3分不等，睡觉、吵闹、玩手机扣1-4分不等 | | | 课程目标3、4、6、7 | | | | |
| 期末（50分） | | | 闭卷 | | | 课程目标2、3、4、5、6、7 | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 迟梨君，《网络营销策划与文案写作（慕课版）》，人民邮电出版社，2022，第1版 | | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 多媒体教室资源、管理信息系统实验室设备 | | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** | 无 | | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：  李明骞  2025年 7 月 25 日 | | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：课程安排合理，思政元素融入恰当，符合培养方案要求。  家组成员签名黄海棠伍家军陈翊  2025年 7 月27日 | | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过  教学工作指导小组组长：f9fcee553979ac85a1dc0ca868cb5cb  2025年 7 月30 日 | | | | | | | | | | |

# 三明学院市场营销专业(文案策划与写作)教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 文案策划与写作 | | | | | 课程代码 | | | | 2511520822 | |
| 课程类型 | * 通识课学科平台和专业核心课   ☑专业方向 专业任选 其他 | | | | | 授课教师 | | | | 金明菊 | |
| 修读方式 | ☑必修 选修 | | | | | 学 分 | | | | 2 | |
| 开课学期 | 第三学期 | | 总学时 | 32 | | 其中实践学时 | | | | 0 | |
| 混合式  课程网址 |  | | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销学、消费者行为学，具备一定的营销理论基础，以及了解消费心理和消费行为相关理论在营销中的应用。  后续课程：营销策划 | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 企业营销文案策划与写作是企业经营过程中所产生的一系列制度、办法，是企业业务流程和操作规范的前提。营销文案是进行跨时空交流实现经济合作、协作和实现企业利益最大化的基本工具与手段，通过本课学习能使市场营销专业的学生了解和掌握科学的市场调查、建立畅通的市场渠道、有效的行销方去和合理的客户管理方法和技能，为培养适合市场需求的营销人员奠定基础。 | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1.理解企业营销文案策划与写作的定义和特征、思维、发明的方法等基本知识；  （二）能力  2.1掌握案策划与写作能力、文案策划与写作技法的运用  2.2具有创新能力、团队协作能力。  （三）素养  3.建立自主学习与终身学习的学习习惯，树立创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神。 | | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | 课程目标 | | | |
| 专业知能 | | | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。  A2具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。 | | | | A1课程目标1  A2课程目标3 | | | |
| B实务技能 | | | B1具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。 | | | | B1课程目标2 | | | |
| 应用创新 | | | C1具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。  C2具备较强的市场营销创新或创业能力。 | | | | C1课程目标2  C2课程目标2 | | | |
| **E**  **教学内容** | 章节内容 | | | | | | | 学时分配 | | | |
| 理论 | 实践 | | 合计 |
| 1基础知识 | | | | | | | 2 | 0 | | 2 |
| 2写作前期准备 | | | | | | | 4 | 0 | | 4 |
| 3文案写作 | | | | | | | 6 | 0 | | 6 |
| 4文案排版与视觉创意 | | | | | | | 2 | 0 | | 2 |
| 5商品文案写作 | | | | | | | 4 | 0 | | 4 |
| 6活动文案写作 | | | | | | | 4 | 0 | | 4 |
| 7品牌文案写作 | | | | | | | 4 | 0 | | 4 |
| 8不同媒介文案写作 | | | | | | | 4 | 0 | | 4 |
| 汇报 | | | | | | | 2 | 0 | | 2 |
| 合 计 | | | | | | | 32 | 0 | | 32 |
| **F**  **教学方式** | ☑课堂讲授 □讨论座谈 □问题导向学习 ☑分组合作学习  □专题学习 ☑实作学习 □探究式学习 □线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | | |
|  | 1基础知识 | | 1、3 |  | | “十三五”时期发展目标、自主学习与终身学习 | | | 课堂讲授 | |
|  | 2写作前期准备 | | 1、2、3 |  | | 社会主义核心价值观  人文关怀 | | | 课堂讲授  分组合作学习 | |
|  | 3文案写作 | | 1、2、3 |  | | 创新精神、社会主义核心价值观 | | | 课堂讲授 | |
|  | 4文案排版与视觉创意 | | 1、2 |  | | 创新精神 | | | 课堂讲授  实作学习 | |
|  | 5商品文案写作 | | 1、2 |  | | 创新精神 | | | 课堂讲授 | |
|  | 6活动文案写作 | | 1、2 |  | | 创新精神 | | | 课堂讲授 | |
|  | 7品牌文案写作 | | 1、2 |  | | 创新精神 | | | 课堂讲授 | |
|  | 8不同媒介文案写作 | | 1、2、3 |  | | 人文关怀、学以致用 | | | 课堂讲授 | |
|  | 汇报 | | 1、2、3 |  | | 团队协作能力  策划与写作能力 | | |  | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | 支撑课程目标 | | | | |
| 平时成绩（40%） | | | 实作评价：出勤、日常表现、课程作业、实作成品 | | | 1、2、3 | | | | |
| 期末成绩（60%） | | | 档案评价：书面报告 | | | 1、2、3 | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 1. 教材   [1] 张润彤主编，《电子商务文案策划与写作全能一本通》，人民邮电出版社，2023年9月  2.学习资料  [1]陈旭主编，《营销策划实训》，北京大学出版社，2019年5月  [2]朱江鸿，《广告学》，上海财经大学出版社，2017年8月 | | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 1.多媒体或智慧教室，活动桌椅；  2.学习通；  3.满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。 | | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** |  | | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：      2025年 7 月 25 日 | | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：  同意  家组成员签名黄海棠伍家军陈翊  2025年 7 月27日 | | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过  教学工作指导小组组长：f9fcee553979ac85a1dc0ca868cb5cb  2025年 7 月30 日 | | | | | | | | | | |

# 三明学院市场营销专业（毕业论文）课程教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 毕业论文 | | | | | | 课程代码 | | 2513680828 | | | |
| 课程类型 | * 通识课 □学科平台和专业核心 * 专业方向 □专业任选 ☑其他 | | | | | | 授课教师 | | 陈翊 | | | |
| 修读方式 | ☑必修 □选修 | | | | | | 学 分 | | 8 | | | |
| 开课学期 | 第三学期 | | 总学时 | | 8周 | | 实践学时 | | 8周 | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销学等；  后续课程：毕业实习。 | | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 毕业论文是为3个学期市场营销专业学习的一个总结。通过本课程的教学，使学生比较全面、系统的掌握市场营销的基本理论和基本知识，能够解决市场营销上的一般问题的能力，以便较好地适应从事企业日常营销工作的需要，同时为后续毕业后就业打下坚实的基础。 | | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | 课程目标1：知识  1.1 掌握市场营销专业课程的基本概念等基本知识，及各个课程的理论之间的关联；  1.2 掌握市场营销专业分析的方法。  课程目标2：能力  2.1 对市场营销理论与实践知识进行分析的能力；  2.2 掌握不同环境下的市场营销的技能应用，并进行创新；  2.3 市场营销各课程之间归纳、协调能力，具有跨领域的统筹、整合能力；  课程目标3：素养  3.1 建立自主学习、创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神；  3.2 树立“互联网+”的融合发展思维，构建以人为本的价值观。  **【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。** | | | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | | 课程目标 | | | |
| 专业知能 | | | 1.1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。 | | | | | 课程目标1 | | | |
| 实物技能 | | | 2.2 具备运用数字技术对市场营销问题进行模拟执行，规划满足特定需求的分析能力。 | | | | | 课程目标1、2、3 | | | |
| 应用创新 | | | 3.1 具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。 | | | | | 课程目标1、2、3 | | | |
| **E**  **教学内容** | 实践项目及内容 | | | | | | | | 学时分配 | | | |
| 理论 | 实践 | | 合计 |
| 毕业论文开题报告指导 | | | | | | | |  | 8周 | | 8周 |
| 毕业论文中期检查指导 | | | | | | | |  |
| 毕业论文写作指导 | | | | | | | |  |
| 合 计 | | | | | | | |  |
| **F**  **教学方式** | □课堂示范 ☑讨论实操 □问题导向学习 □分组合作学习  ☑专题学习 ☑实作学习 ☑探究式学习 □线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 次别 | 实践名称 | | 支撑课程  目标 | | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | | |
| **1** | 毕业论文开题报告指导 | | 1.1,1.2,  2.1,2.2,  3.1,3.2 | | 社会主义市场经济与核心价值观 | | 3.1、3.2 | | | 面授+实践 | |
| **2** | 毕业论文中期检查指导 | | 1.1,1.2,  2.1,2.2,  3.1,3.2 | | 社会主义市场经济与核心价值观 | | 3.1、3.2 | | | 面授+实践 | |
| **3** | 毕业论文写作指导 | | 1.1,1.2,  2.1,2.2,  3.1,3.2 | | 社会主义市场经济与核心价值观 | | 3.1、3.2 | | | 面授+实践 | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | | 支撑课程目标 | | | | |
| 期末（100%） | | | **期末成绩** | | | | **1、2、3** | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** |  | | | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 多媒体教室，可供调研分析的场所 | | | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** |  | | | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)实作评价：论文设计作品、日常表现、表演、观察**  **(2)档案评价：书面报告**  **(3)口语评价：口头答辩** | | | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：  陈翊 陈佳君 李明骞  2025 年 7 月 25 日 | | | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：  同意  专家组成员签名：黄海棠伍家军陈翊  2025年 7 月 27 日 | | | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过 教学工作指导小组组长：e11b53390f5d66e1269bac18e9718078  2025年 7 月 30 日 | | | | | | | | | | | |

# 三明学院市场营销专业(品牌管理)教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 品牌管理 | | | | 课程代码 | | 2512330810 | | | |
| 课程类型 |  通识课☑学科平台和专业核心课  专业方向 专业任选 其他 | | | | 授课教师 | | 李美兰 | | | |
| 修读方式 | ☑必修 选修 | | | | 学 分 | | 3 | | | |
| 开课学期 | 第三学期 | | 总学时 | 48 | 其中实践学时 | | 16 | | | |
| 混合式  课程网址 | 无 | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销、管理学、消费者行为学 | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 《品牌管理》是市场营销专业的一门专业课程。本课程以一般管理原理为基础，借鉴国内外科研成果，注重理论分析能力的提高和实际运用能力的培养。重视培养学生的实际的各种品牌设计、操作能力：品牌调研能力、品牌设计、品牌定位及品牌传播的综合运用的能力；并且获得实际品牌操作的能力。为毕业后成功地走上社会参与企业品牌建设打下坚实的基础。 | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1. 掌握品牌管理的思路及品牌建设的方法。  2. 了解品牌识别、品牌设计及品牌传播的基本概念。  （二）能力  3. 掌握品牌调研分析的能力。  4. 掌握品牌定位方法，具有品牌设计及品牌传播的策划能力。  （三）素养  5. 建立自主学习、创新精神以及符合社会主义核心价值观的精神。  6. 培养学生基本学术素养, 建立良好的职业素养。  **【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。** | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | 课程目标 | | | |
| 专业知能 | | | A1 掌握系统扎实的市场营销专业基础知识、专业知识和专业技能；了解本专业及相关学科的历史、现状和前沿动态。  A2 具备持续跟踪学习营销新理论、新技术的终身学习能力、具备职场持续发展的能力。 | | | 课程目标1、2 | | | |
| 实务技能 | | | B1 具备职场所需的市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的专业实务技术。  B2 具备执行、规划市场调研、商务数据分析、新媒体运营、网店运营管理、营销策划的能力。 | | | 课程目标3、4 | | | |
| 应用创新 | | | C1具有发掘、分析、应用理论解决数字营销、新媒体营销的能力。  C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。 | | | 课程目标3、4 | | | |
| 协作整合 | | | D1具有良好的商务沟通、团队协作能力。 | | | 课程目标3、4 | | | |
| 社会责任 | | | E1 具有科学精神、人文修养、职业素养、社会责任感和积极向上的人生态度，了解国情社情民情，践行社会主义核心价值观。 | | | 课程目标5、6 | | | |
| **E**  **教学内容** | 章节内容 | | | | | | 学时分配 | | | |
| 理论 | 实践 | | 合计 |
| 第一章 品牌概述 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第二章 品牌定位 | | | | | | 4 |  | | 4 |
| 第三章 品牌设计 | | | | | | 4 |  | | 4 |
| 第四章 品牌个性 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第五章 品牌形象 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第六章 品牌资产 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第七章 品牌传播 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第八章 品牌危机 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第九章 品牌延伸 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第十章 品牌系统 | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 品牌定位实践 | | | | | |  | 6 | | 6 |
| 品牌设计实践 | | | | | |  | 6 | | 6 |
| 品牌传播实践 | | | | | |  | 6 | | 6 |
| 合 计 | | | | | | 32 | 16 | | 48 |
| **F**  **教学方式** | √ 课堂讲授 √ 讨论座谈 □问题导向学习 √ 分组合作学习  □专题学习 √ 实作学习 □探究式学习 □线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | 思政目标 | | |
| **1** | 品牌概述  第一节　品牌的内涵  第二节　品牌的特征及作用  第三节　品牌与产品  第四节　品牌的分类 | | 支撑课程  目标1､2､5､6 | 中国品牌发展历史 | 帮助学生了解行业发展，培养学生的民族自信 | | | 面授 | |
| **2** | 品牌定位  第一节　品牌定位概述第二节　品牌定位的步骤  第三节　品牌定位的原则与策略 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授 | |
| **3** | 品牌设计  第一节　品牌命名  第二节　品牌标识 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 | 华为品牌成长之路 | 帮助学生了解中国品牌成长之路，培养学生的家国情怀和主人翁精神 | | | 面授 | |
| **4** | 品牌个性  第一节　品牌个性概述第二节　品牌个性特征及价值  第三节　品牌个性维度第四节　品牌个性塑造法则及来源 | | 支撑课程  目标1､2､5､6 |  |  | | | 面授 | |
| **5** | 品牌形象  第一节　品牌形象概述第二节　品牌形象构成第三节　品牌形象塑造 | | 支撑课程  目标1､2､3､4､5 | 花西子彩妆独特的品牌形象 | 培养学生的文化自信 | | | 面授 | |
| **6** | 品牌资产  第一节　品牌资产概述第二节　品牌资产的构成  第三节　品牌资产管理 | | 支撑课程  目标1､2､5､6 |  |  | | | 面授 | |
| **7** | 品牌传播  第一节　品牌传播概  第二节　品牌传播步骤  第三节　品牌传播媒介 | | 支撑课程  目标1､2､5 |  |  | | | 面授 | |
| **8** | 品牌危机  第一节　品牌危机概述第二节　品牌危机处理原则  第三节　品牌危机沟通体系 | | 支撑课程  目标1､2､5､6 |  |  | | | 面授 | |
| **9** | 品牌延伸  第一节　品牌延伸概述第二节　品牌延伸的原则  第三节　品牌延伸的决策程序 | | 支撑课程  目标1､2､5､6 |  |  | | | 面授 | |
| **10** | 品牌系统  第一节　品牌系统概述第二节　单一品牌策略 第三节　主副品牌策略第四节　多品牌策略 | | 支撑课程  目标1､2､5､6 |  |  | | | 面授 | |
|  | **11** | 品牌定位实践 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授  分组合作学习  实作学习 | |
|  | **12** | 品牌定位实践 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授  分组合作学习  实作学习 | |
|  | **13** | 品牌设计实践 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授  分组合作学习  实作学习 | |
|  | **14** | 品牌设计实践 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授  分组合作学习  实作学习 | |
|  | **15** | 品牌传播实践 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授  分组合作学习  实作学习 | |
|  | **16** | 品牌传播实践 | | 支撑课程  目标1､2､3､4 |  |  | | | 面授  分组合作学习  实作学习 | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | 支撑课程目标 | | | | |
| 平时（40%） | | | 考勤（30%）：每旷课1次扣10分，迟到或早退每次扣3分。  课堂表现(30%):根据课堂互动情况酌情打分。  课程实践作业（40%）：依据实践教学,完成报告 | | **课程目标2、3** | | | | |
| 期末（60%） | | | **期末报告** | | **课程目标1、2** | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 《品牌管理》苏勇 史健勇 何智美 机械工业出版社  《品牌管理》卢晶 清华大学出版社  《品牌营销：新零售时代品牌运营》 官税冬 编着 化学工业出版社  《品牌管理》 周志民 南开大学出版社  《战略品牌管理》 中国人民大学出版社 凯文·莱恩·凯勒 着 | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 多媒体教室，可以使用网络的教室 | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** |  | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：      2025 年 8月 9 日 | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：    专家组成员签名：  2025 年 8 月 15 日 | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过  教学工作指导小组组长：  2025年 8 月 18 日 | | | | | | | | | |

# 三明学院市场营销专业(网店运营)教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 网店运营 | | | | | 课程代码 | | 2512330812 | | | |
| 课程类型 | □通识课□学科平台和专业核心课  ☑专业方向 □专业任选 □其他 | | | | | 授课教师 | | 陈佳君 | | | |
| 修读方式 | ☑必修 □选修 | | | | | 学 分 | | 3 | | | |
| 开课学期 | 第三学期 | | 总学时 | 48 | | 其中实践学时 | | 16 | | | |
| 混合式  课程网址 |  | | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销学、消费者行为学，具备一定的营销理论基础，以及了解消费心理和消费行为相关理论在营销中的应用。  后续课程：企业战略管理 | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 《网店运营》为市场营销（专升本）的专业方向课，是工商管理和市场营销专业知识体系的重要组成部分。通过本门课程的学习，使学生了解网店经营管理的基本概念；掌握网店开设、推广、客户关系管理等的基本方法和技巧，能够运用消费者行为学、市场营销、商品管理等基础知识，解决网店在运营管理中会遇见的问题。 | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1．掌握网店基础知识、网店基本管理淘宝网自然搜索规律等基本知识，构建网店零售管理的基本理论框架；  （二）能力  2．掌握商品发布、网店管理、搜索引擎优化、数据分析等能力；  3．对不同类型网店日常运营中出现的问题进行分析并解决问题的能力。  （三）素养  4. 坚定社会主义核心价值观。养成良好的学习和从业习惯，坚守网店从业者的基本职业操守。  **【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。** | | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | 课程目标 | | | |
| 专业知能 | | | A1 | | | | 课程目标1 | | | |
| 实务技能 | | | B1、B2 | | | | 课程目标2，3 | | | |
| 应用创新 | | |  | | | |  | | | |
| 协作整合 | | |  | | | |  | | | |
| 社会责任 | | | E1 | | | | 课程目标4 | | | |
| **E**  **教学内容** | 章节内容 | | | | | | | 学时分配 | | | |
| 理论 | 实践 | | 合计 |
| 第一章 网上开店概述 | | | | | | | 3 | 0 | | 3 |
| 第二章 商品发布 | | | | | | | 2 | 0 | | 2 |
| 第三章 网店管理 | | | | | | | 1 | 0 | | 1 |
| 第六章 网店搜索引擎优化 | | | | | | | 7 | 8 | | 15 |
| 第七章 网店推广和营销 | | | | | | | 7 | 8 | | 15 |
| 第九章 网店运营数据分析 | | | | | | | 9 | 0 | | 9 |
| 复习 | | | | | | | 3 | 0 | | 3 |
| 合 计 | | | | | | | 32 | 16 | | 48 |
| **F**  **教学方式** | ☑课堂讲授 □讨论座谈 ☑问题导向学习 ☑分组合作学习  □专题学习 □实作学习 □探究式学习 ☑线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | | |
| **11G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | | |
| **1** | 第一章 网上开店概述  第1节：网店基础知识  第2节：开通淘宝网店  第4节：货源的选择（重难点） | | 课程目标1、2、4 | “小杨哥”美诚月饼事件 | | 1. 社会主义核心价值观 2. 职业素养 | | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| **2** | 第二章 商品发布  第1节：上传和发布商品（重点）  第2节：运费模板与运单模板的设置 | | 课程目标2、3 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **3** | 第三章 网店管理  第2节：商品交易管理（重难点） | | 课程目标2、3 | “差评师”半年给商家差评百余次，“收费删帖”7000元被刑拘 | | 1.社会主义核心价值观  2.职业素养 | | | 课堂讲授 | |
| **4** | 第六章 网店搜索引擎优化  第1节：淘宝网的自然搜索规律（重点）  第2节：优化商品标题（重难点）  第3节：其他类型的优化 | | 课程目标1、2、3、4 |  | |  | | | 课堂讲授  讨论座谈 | |
| **5** | 第七章 网店推广和营销  第1节：店内推广（重点）  第2节：站内推广（重难点）  第3节：站外推广 | | 课程目标1、2、3、4 | 案例《狂野消费60小时，直播间直接卖空》 | | 1. 社会主义核心价值观 2. 企业社会责任 3. 家国意识 | | | 课堂讲授  小组讨论 | |
| **6** | 第九章 网店运营数据分析  第1节：网店运营数据分析的意义和流程  第2节：网店运营数据分析的核心数据（重难点） | | 课程目标1、2、3、4 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **7** | 期末复习与答疑 | |  |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | | 支撑课程目标 | | | |
| 平时成绩（20%） | | | 出勤及课堂表现情况、课程作业 | | | | 课程目标1、2、3、4 | | | |
| 实践成绩（20%） | | | 实践报告 | | | | 课程目标1、2、3、4 | | | |
| 期末成绩（60%） | | | 期末闭卷考试 | | | | 课程目标1、2、3、4 | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 1.教材  白冬蕊,《网店运营与管理》,人民邮电出版社,2021年8月出版，第2版.  2.参考书目  [1]陈志轩,欧丹丽，张运建，《淘宝网店运营全能一本通》, 人民邮电出版社,2022年11月出版，第2版.  [2]李星,赵礼玲，《淘宝网开店、装修、运营、推广与管理》,人民邮电出版社, 2023年12月出版，第2版.  [3]杜一凡，胡一波,《移动电商》,人民邮电出版社, 2021年6月出版，第1版. | | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 1.多媒体或智慧教室，活动桌椅；  2.学习通；  3.满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。 | | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** |  | | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：  陈佳君陈翊金明菊    2025 年 7月 23 日 | | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：  同意  专家组成员签名：黄海棠陈翊伍家军  2025 年 7 月 24 日 | | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过  教学工作指导小组组长：张桂梅  2025 年 7 月 25 日 | | | | | | | | | | |

# 分销管理课程教学大纲

2025－2026 学年度 第 1 学期 24市销 (专升本) 专业

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 分销管理 | | | | | 课程代码 | | | 2511330811 | |
| 课程类型 | * 素质通识 ☑专业核心   专业方向 专业选修 其他 | | | | | 授课教师 | | | 武丽君 | |
| 修读方式 | ☑必修 选修 | | | | | 学 分 | | | 3 | |
| 开课学期 | 第一学期 | | 总学时 | 48 | | 其中实践学时 | | | 0 | |
| 上课地点 | 厚德楼303 | | 上课时间 | 周三上午1-3 | | 联系方式 | | | 2670642358@qq.com | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销学、管理学、人力资源、市场调查与预测等  后续课程：毕业论文设计 | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 透过课堂讲授知识理论与案例分析，运用市场营销学、管理学、人力资源、市场调查与预测等知识，培养学生理论联系实际的能力，进一步学习和掌握市场营销活动中的营销渠道管理的知识、基本理论和相关方法，指导将来的企业营销渠道管理工作对战略管理系统进行思考和创新运用的能力。**（目的）**结合多媒体运用启发式讲授法，案例分析，小组讨论等方法。**（历程）**要求掌握分销管理的核心内容框架，引导学生从“认识营销渠道的结构和功能”到“营销渠道战略和渠道设计”到“营销渠道成员选择管理”再到“做好渠道中的分销商，营销渠道流程和营运管理等分销管理”,互相交流，将理论知识与实务结合，强化本课程之相关的若干环节,让学生深刻理解和把握做好企业分销管理的知识，对学生将来从事营销实际工作有直接的指导作用，学生将来工作中要广泛运用该课程的知识。**（预期结果）** | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1.1**理解：**善于搜集并整理企业分销管理相关资讯。  1.2**归纳：**了解企业分销管理架构內容。  （二）能力  2.1**分析：**具备分销系统的战略性思维、决策和管理能力并提出改进建议。  2.2**评价：**掌握对分销管理系统进行思考和创新运用方法优化管理。  （三）素养  3.1**重视：**能够对分销管理进行分析与优化运用于实际工作中。  3.2**养成：**培养学生基本学术素养,做好决策型、应用型思维素养流畅分析及符合社会主义核心价值观的精神。 | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | 课程目标 | | |
| A专业知能 | | | A1掌握比较系统的分销管理知识和能力; | | | | 课程目标1 | | |
| A2具备自主学习、终身学习、持续发展能力。 | | | |
| B实务技能 | | | B1具备较强的实务实践能力; | | | | 课程目标2 | | |
| B2具备商务规则意识和较强执行力。 | | | |
| C应用创新 | | | C1具备发掘问题、分析问题和利用分销管理进行商务活动的能力; | | | | 课程目标3 | | |
| C2具备创新、创意知识和基本技能。 | | | |
| D协作整合 | | | D1具备良好的商务沟通协作能力; | | | | 课程目标4 | | |
| D2具备较强的夸文化沟通、夸领域整合的能力。 | | | |
| F社會責任 | | | F1具备良好的人文精神和职业素养; | | | | 课程目标5 | | |
| F2具备绿色发展理念和实践习惯。 | | | |
| **E**  **教学內容** | 章节内容 | | | | | | | 学时分配 | | |
| 理论 | 实践 | 合计 |
| 第1章 营销渠道管理的基础理论 | | | | | | | 5 |  |  |
| 第2章 营销渠道管理的特点与程序 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第3章 渠道分析与目标确定 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第4章 渠道设计与策略选择 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第5章 渠道成员选择 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第6章 物流的组织与管理 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第7章 渠道领袖与渠道领导方法 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第8章 渠道成员之间的合作与冲突 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第9章 营销渠道控制 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第10章 渠道效率评估 | | | | | | | 4 |  |  |
| 第11章 网络环境下的营销渠道管理 | | | | | | | 4 |  |  |
| 期末复习 | | | | | | | 3 |  |  |
| 合 计 | | | | | | | 48 |  | 48 |
| **F**  **教学方式** | 课堂讲授 □讨论座谈 问题导向学习 分组合作学习  □专题学习 □实作学习 □探究式学习 □线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | |
| 1 | 第1章 营销渠道管理的基础理论 | | 支撑课程目标1.1,1.2 | 关注战略视角,基于中国企业发展,感受祖国发展战略。 | | 1.2 | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| 2 | 第2章 营销渠道管理的特点与程序 | | 支撑课程目标1.1,1.2 |  | |  | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| 3 | 第3章渠道分析与目标确定 | | 支撑课程目标2.2 |  | |  | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| 4 | 第4章 渠道设计与策略选择 | | 支撑课程目标2.1 |  | |  | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| 5 | 第5章 渠道成员选择 | | 支撑课程目标2.1 | 社会主义核心价值观。 | | 3.1 | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| 6 | 第6章 物流的组织与管理 | | 支撑课程目标2.1 | 关注战略端正的学习态度；科学的学习规律；良好学习习惯；终身学习意识。 | | 3.1 | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| **7** | 第7章 渠道领袖与渠道领导方法 | | 支撑课程目标2.1,2.2, 3.1,3.2 |  | |  | | 课堂讲授 | |
| 8 | 第8章 渠道成员之间的合作与冲突 | | 支撑课程目标2.1,2.2, 3.1,3.2 |  | |  | | 课堂讲授 | |
| 9 | 第9章 营销渠道控制 | | 支撑课程目标2.1,2.2, 3.1,3.2 | 社会主义核心价值观。 | | 3.1 | | w | |
| 10 | 第10章 渠道效率评估 | | 支撑课程目标2.1,2.2, 3.1,3.2 |  | |  | | 课堂讲授 | |
| 11 | 第11章 网络环境下的营销渠道管理。 | | 支撑课程目标2.1,2.2, 3.1,3.2 |  | |  | | 课堂讲授  问题导向学习 | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | 支撑课程目标 | | | |
| **实作评价**（30%） | | | （1）考勤：包括签到、迟到早退等。  （2）表达：包括平时作业、课堂表现及参加活动（如查阅资料、头脑风暴、答题、作业等），各有相应的经验值加分。  （3）课程结束后以班级经验值最高的同学为100分来同比换算其他同学的平时成绩。 | | | **课程目标1、2、3、4、5** | | | |
| **档案评价**（70%） | | | 按卷面成绩确定，满分100分\*70%=期末成绩。  （1）对理论知识的评量；  （2）对知识体系所掌握程度的评量。 | | | **课程目标1、2、3、4、5** | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 庄贵军主编.营销渠道管理，北京：北京大学出版社，2023，第4版   1. 郑锐洪.营销渠道略管理,机械工业出版社,2024. 2. 周华军着.全链路营销-高效全营销渠道管理，化学工业出版社，2022. 3. 李先国 楊晶主编.渠道管理（数字教材版）,中国人民大学出版社,2021. 4. 朱岩 李树玲主编.营销渠道管理，机械工业出版社，2017. | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 多媒体教学设备、课件、教案及其他视频资料等 | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** | 1.本授课大纲F到G项得视教学需要调整之。  2.课堂教学以学生为中心，从知识的导入，讲授直至最后的总结，都要围绕学生的学生兴趣及状态来设计，体现以学生为中心的教学理念，关注学生的课堂反应，提高学习效果。 | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：  舒均治的电子签名  2025 年 7 月 23 日 | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：同意。  同意  专家组成员签名：  黄海棠 陈翊 伍家军  2025 年 7 月 24 日 | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过  教学工作指导小组组长：f9fcee553979ac85a1dc0ca868cb5cb  2025 年 7 月 25 日 | | | | | | | | | |

# 三明学院市场营销专业（营销策划）教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | **营销策划** | | | | | 课程代码 | | | | 2512330813 | |
| 课程类型 | * 通识课 学科平台和专业核心课 * ☑专业方向 专业任选 其他 | | | | | 授课教师 | | | | 陈志斌 | |
| 修读方式 | ☑必修 选修 | | | | | 学 分 | | | | 3 | |
| 开课学期 | 第一学期 | | 总学时 | 48 | | 其中实践学时 | | | | 16 | |
| 混合式  课程网址 |  | | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销学、消费者行为学、品牌管理、市场调查、财务管理、广告学  后续课程：营销策划实务 | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 本课程《营销策划》是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，具有很强的实践性和应用性。实践性很强表现在其具备很强的操作性，重视培养学生的实际的各种营销能力：市场策划能力、制定营销组合策略的能力、市场营销策略的综合运用的能力；并且获得实际策划的能力。为毕业后成功地走上社会参加企业市场营销实践打下坚实的基础。 | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1.全面了解课程的体系、结构，对市场营销策划有一个总体的认识。理解营销策划所包含的概念、基本原理。  （二）能力  2.1市场营销策划能力；营销策划的实施与控制能力。  2.2培养营销的创新能力  （三）素养  3.学习马克思主义认识论的内容与方法，指导营销策划；培养学生爱国主义精神。 | | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | 课程目标 | | | |
| 专业知能 | | | 掌握比较系统的专业知识和能力；具备终身学习、持续发展的能力。 | | | | 课程目标1 | | | |
| 实务技能 | | | 具备职场所需的专业实务技术；具备执行或设计规划专业技术所需的能力。 | | | | 课程目标2 | | | |
| 应用创新 | | | 具有发掘、分析、应用研究成果解决问题的能力；具备较强的创新或创业能力。 | | | | 课程目标2、3 | | | |
| 协作整合 | | | 具有良好的沟通、协作能力；具有跨领域统筹、整合能力。 | | | | 课程目标2、3、4 | | | |
| **E**  **教学内容** | 章节内容 | | | | | | | 学时分配 | | | |
| 理论 | 实践 | | 合计 |
| 第一章 营销策划导论 | | | | | | | 2 | 1 | | 3 |
| 第二章 营销策划的流程 | | | | | | | 2 | 1 | | 3 |
| 第三章 营销策划的创意 | | | | | | | 2 | 1 | | 3 |
| 第四章 市场调研策划 | | | | | | | 2 | 1 | | 3 |
| 第五章 市场进入策划 | | | | | | | 3 | 1 | | 4 |
| 第六章 产品策划 | | | | | | | 3 | 2 | | 5 |
| 第七章 价格策划 | | | | | | | 2 | 1 | | 3 |
| 第八章 市场布局策划 | | | | | | | 2 | 2 | | 4 |
| 第九章 市场推广策划 | | | | | | | 2 | 1 | | 3 |
| 第十章 品牌策划 | | | | | | | 3 | 2 | | 5 |
| 第十一章 网络营销策划 | | | | | | | 3 | 1 | | 4 |
| 第十二章 营销策划书的撰写 | | | | | | | 3 | 1 | | 4 |
| 营销策划报告指导 | | | | | | | 3 | 1 | | 4 |
| 合 计 | | | | | | | 32 | 16 | | 48 |
| **F**  **教学方式** | ☑课堂讲授 □讨论座谈 ☑问题导向学习 ☑分组合作学习  □专题学习 □实作学习 □探究式学习 □线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | | |
| 1 | 第一章 营销策划导论 | | 1、4 | 营销策划与马克思主义哲学的整体观和长远性对企业的重要性 | | 社会主义核心价值观 | | | 课堂讲授 | |
| 2 | 第二章 营销策划的流程 | | 1、2 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 3 | 第三章 营销策划的创意 | | 1、3 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 4 | 第四章 市场调研策划 | | 1、2、4 | 体现马克思主义认识论的根本要求，“一切从实际出发，实事求是” | | 社会主义核心价值观 | | | 案例分析+课堂讲授 | |
| 5 | 第五章 市场进入策划 | | 1、2 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 6 | 第六章 产品策划 | | 1、2 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 7 | 第七章 价格策划 | | 1、2、3 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 8 | 第八章 市场布局策划 | | 1、2 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 9 | 第九章 市场推广策划 | | 1、2 | 社会责任，爱国情怀，传递正能量 | | 爱国主义教育 | | | 课堂讲授 | |
| 10 | 第十章 品牌策划 | | 1、2 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 11 | 第十一章 网络营销策划 | | 1、2、3 | 守正创新，推动中国制造向中国创造转变、推动中国速度向中国质量转变、推动中国产品向中国品牌转变 | | 民族自信  爱国主义教育 | | | 课堂讲授 | |
| 12 | 第十二章 营销策划书的撰写 | | 1、2、3、4 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 13 | 课程报告指导 | | 1、2 |  | |  | | | 课堂讲授 | |
| 14 | 复习 | |  |  | |  | | |  | |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | 支撑课程目标 | | | | |
| 平时（30%） | | | 出勤、日常表现、课程作业 | | | 1、2、3、4 | | | | |
| 期末（70%） | | | 课程报告 | | | 1、2、3、4 | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 教材：姜岩，《营销策划：方法、实务与技能》，清华大学出版社，2020年7月  参考书：  1.李胜 黄尧 黄华，《营销策划—路径、方法与文案设计（第1版）》，北京大学出版社  2.马尔科姆-麦克唐纳著，高杰译，《图解营销策划》，电子工业出版社  3.杨明刚，《营销策划创意与案例解读，上海人民出版社 | | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 1.多媒体或智慧教室，活动桌椅；  2.学习通；  3.满足基本学习需求的温度、照明、声音环境。 | | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** | 本授课大纲H到O项可视教学需要进行调整 | | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：    2025 年 7 月 25 日 | | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：课程安排合理，思政元素融入恰当，符合培养方案要求。  专家组成员签名：911286b74d1aaf179b76f6f3425464e  2025 年 7 月 27 日 | | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过    教学工作指导小组组长：f9fcee553979ac85a1dc0ca868cb5cb  2025年 7月 30日 | | | | | | | | | | |

# 三明学院数字经济专业(人力资源管理)教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 人力资源管理 | | | | | | | 课程代码 | | | | 2512330809 | | | |
| 课程类型 | * 通识课学科平台和专业核心课 * 专业方向 专业任选 其他 | | | | | | | 授课教师 | | | | 陈志斌 | | | |
| 修读方式 | 必修 选修 | | | | | | | 学 分 | | | | 3 | | | |
| 开课学期 | 第一学期 | | 总学时 | | | 48 | | 其中实践学时 | | | | 6 | | | |
| 混合式  课程网址 | https://i.mooc.chaoxing.com/space/index?t=1723533186380 | | | | | | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：经济学、管理学、高等数学,后续课程：企业战略管理 | | | | | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 人力资源管理是市场营销专业核心专业课程，本课程系统地介绍组织内人力资源的吸收、选拔、培训、使用、考核与激励的客观规律与具体方法。主要以管理学、经济学、心理学、社会学等多个领域的基本理论和方法为基础，广泛吸收多学科知识的实践性和应用性课程。通过本课程的教学，主要对人力资源管理的相关内容和主要活动进行系统介绍，既从理论的角度对人力资源管理进行总体阐述，如通过介绍人力资源、人力资源管理、人力资源管理的产生和发展、人力资源管理者和人力资源管理部门、人力资源管理环境等方面来解决人力资源管理理念和认识问题，又从实践的角度对人力资源管理的主要活动进行介绍，包括工作分析、人力资源规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬管理、员工关系管理等主要职能。不仅可以使学生掌握人力资源管理的基本知识、基本原理，学会用人力资源管理理论分析和解决企业实际问题的方法，更重要的是加强此学科的教学，对于培养适应当前我国经济建设需要的管理人才，实现对人力资源的科学化管理，对提高企业人力资源管理效果具有十分重要的意义。 | | | | | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1.掌握人力资源管理的基础理论和方法，做到概念准确、层次分明、逻辑清晰。  2.对人力资源管理理论有全面、系统地了解  （二）能力  3.使学生树立人力资源管理理念，掌握人力资源管理流程的内在联系及规律，掌握工作分析、人力资源战略规划、招聘与流动、开发与人员培训、绩效考核、薪酬管理、职业管理等理论和实务。  4.学会用人力资源管理理论分析和解决企业事业实际问题的方法。  5.学生们能够较快融入社会，将所学知识与社会实践相结合，适应社会的需要，成为一个合格的人才，在从事本专业工作的同时，努力参与人力资源管理工作，为组织目标实现创造更好的业绩。  （三）素养  6.具备创新创业意识，有开阔视野和创新创业意识，熟悉创业流程，了解创业实践过程中可能遇到的问题及解决方案。  7.在培养学习兴趣、传授专业知识的基础上，以“润物无声”的形式，让学生了解中国人力资源现状，树立推动民族复兴的历史责任感，完成社会主义核心价值的认同教育。 | | | | | | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | | | | | | | 课程目标 | |
| **1.专业知识** | | | 1.1掌握本专业所需的管理学、经济学大数据等学科基础知识 | | | | | | | | | | 课程目标6、7 | |
| **2.应用创新** | | | 2.1具备较强的管理、人际沟通、团队协作等管理技能。 | | | | | | | | | | 课程目标1、2、3.4 | |
| **3.社会责任** | | | 3.3具有较深爱国爱家情怀、较强社会责任意识、一定科学求真精神、基本人文素养、良好职业道德品质、一定绿色环保理念和创新创业意识、健康身心素质。 | | | | | | | | | | 课程目标5、6、 | |
| **E教学内容** | 章节内容 | | | | | | | | | 学时分配 | | | | | |
| 理论 | | | 实践 | | 合计 | |
| **绪论**  第一节 人力资源与人力资源管理  第二节 人力资源管理的起源与发展  第三节 人力资源管理的基本职能及其关系  第四节 人力资源管理的学习方法 | | | | | | | | | 3 | | | 0 | | 3 | |
| **第一章 人力资源战略与规划**  第一节 人力资源战略  第二节 人力资源规划 | | | | | | | | | 3 | | | 0 | | 3 | |
| **第二章 职位分析与胜任素质模型**  第一节 职位分析  第二节 职位设计与职位再设计  第三节 胜任素质模型 | | | | | | | | | 3 | | | 0 | | 3 | |
| **第三章 人员招聘**  第一节 人员招聘概述  第二节 人员招募、甄选与录用  第三节 人员测评方法与技术 | | | | | | | | | 3 | | |  | | 3 | |
| **第四章 培训与开发**  第一节 培训与开发概述  第二节 培训管理过程  第三节 职业生涯规划与管理 | | | | | | | | | 6 | | | 0 | | 6 | |
| **第五章 绩效管理**  第一节 绩效管理概述  第二节 绩效计划与绩效辅导  第三节 绩效考评与绩效反馈 | | | | | | | | | 6 | | |  | | 6 | |
| **第六章 薪酬管理**  第一节 薪酬管理概述  第二节 薪酬结构设计  第三节 绩效薪酬  第四节 员工福利 | | | | | | | | | 6 | | | 0 | | 6 | |
| **第七章 员工关系管理**  第一节 员工关系管理概述  第二节 员工关系管理的主要内容  第三节 员工关系管理的工作方法 | | | | | | | | | 3 | | | 0 | | 3 | |
| **第八章 国际人力资源管理**  第一节 国际人力资源管理概述  第二节 跨文化管理  第三节 外派人员管理 | | | | | | | | | 3 | | | 0 | | 3 | |
| **第九章 人力资源管理信息化与外包**  第一节 人力资源管理信息化  第二节 人力资源管理信息化中的大数据应用  第三节 人力资源管理外包 | | | | | | | | | 3 | | | 0 | | 3 | |
| **上机实践** | | | | | | | | | 3 | | | 6 | | 9 | |
|  | | | | | | | | | 42 | | | 6 | | 48 | |
| **F**  **教学方式** | 课堂讲授 □讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习  □专题学习 □实作学习 □探究式学习 线上线下混合式学习  □其他（活动） | | | | | | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 授课次别 | 教学内容 | | | | 支撑课程  目标 | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | | | | 教学方式  与手段 | |
| 思政元素 | | 思政目标 | | | | |
| **1-4** | **绪论**  第一节 人力资源与人力资源管理  第二节 人力资源管理的起源与发展  第三节 人力资源管理的基本职能及其关系  第四节 人力资源管理的学习方法 | | | | 课程目标1、2、7 | 分心从古至今对人的看法 | | 培养学生理性地看待“人性”，引导学生用发展的眼光看待世界的变迁 | | | | | 课堂讲授 | |
| **5-8** | **第一章 人力资源战略与规划**  第一节 人力资源战略  第二节 人力资源规划 | | | | 课程目标  1、2、3 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
| **9-12** | **第二章 职位分析与胜任素质模型**  第一节 职位分析  第二节 职位设计与职位再设计  第三节 胜任素质模型 | | | | 课程目标  6 | 引入现代人才标准 | | 培养学生的责任意识、担当意识。 | | | | | 课堂讲授 | |
| **13-18** | **第三章 人员招聘**  第一节 人员招聘概述  第二节 人员招募、甄选与录用  第三节 人员测评方法与技术 | | | | 课程目标2,4,5 |  | | 培养学生的公平意识、竞争意识。 | | | | | 课堂讲授 | |
| **19-22** | **第四章 培训与开**发  第一节 培训与开发概述  第二节 培训管理过程  第三节 职业生涯规划与管理 | | | | 课程目标2,4,5 |  | | 培养学生“担当精神”、终身学习的意识，培养学生正确的择业观。 | | | | | 课堂讲授 | |
| **23-30** | **第五章 绩效管理**  第一节 绩效管理概述  第二节 绩效计划与绩效辅导  第三节 绩效考评与绩效反馈 | | | | 课程目标3,6,7 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
| **31-34** | **第六章 薪酬管理**  第一节 薪酬管理概述  第二节 薪酬结构设计  第三节 绩效薪酬  第四节 员工福利 | | | | 课程目标3,4,6 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
| **35-38** | **第七章 员工关系管理**  第一节 员工关系管理概述  第二节 员工关系管理的主要内容  第三节 员工关系管理的工作方法 | | | | 课程目标1-8 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
| **39-40** | **第八章 国际人力资源管理**  第一节 国际人力资源管理概述  第二节 跨文化管理  第三节 外派人员管理 | | | | 课程目标  2、7 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
| **41-42** | **第九章 人力资源管理信息化与外包**  第一节 人力资源管理信息化  第二节 人力资源管理信息化中的大数据应用  第三节 人力资源管理外包 | | | | 课程目标6 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
| **43-48** | 上机实验 | | | | 课程目标  2、6、7 |  | |  | | | | | 课堂讲授 | |
|  | 评价项目及配分 | | | | 评价项目说明 | | | | | | 支撑课程目标 | | | | |
| **评价方式** | 平时成绩（20%） | | | | 1、个人提交课程作业；2、出勤及课堂表现：缺勤扣1分/次，迟到早退扣0.5/次；讨论课、日常课堂发言，每次酌予加0.5-1分。最高分不超过平时成绩的总分20分。 | | | | | | 课程目标1、2、3、4、6、7 | | | | |
| 期中考试（10%） | | | | 将2次的小组PPT汇报平均成绩作为期中考试成绩。 | | | | | | 课程目标5、6 | | | | |
| 期末（70%） | | | | 期末纸笔考试，题型应包括单项选择题、多项选择题、判断题、计算题等。 | | | | | | 课程目标2、3、5、6 | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | **《人力资源管理》，《人力资源管理》编写组，高等教育出版社，2023年。** | | | | | | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** | 多媒体教室 | | | | | | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** | 无 | | | | | | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：平时小测、期中纸笔考试、期末纸笔考试**  **(2)实作评价：课程作业、实作成品、日常表现、表演、观察**  **(3)档案评价：书面报告、专题档案**  **(4)口语评价：口头报告、口试** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：  雷艳杰.png黄海棠.jpg 陈志斌.png  2025年7月25日 | | | | | | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：同意.png  伍家军.jpg陈翊.png张美艳.jpg黄海棠.jpg  专家组成员签名：  2025年7月27日 | | | | | | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  审核通过  教学工作指导小组组长  2025年 7月 30 日 | | | | | | | | | | | | | | |