**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： 2022级市场营销

系主任： 伍家军

# 2025年9月

目录

[三明学院市场营销专业（毕业论文）教学大纲 1](#_Toc27100)

[三明学院市场营销专业（分销管理）教学大纲 5](#_Toc27752)

[三明学院市场营销专业（网店运营）教学大纲 11](#_Toc4633)

# 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 | | 2513660162 | | | |
| 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 | | 6 | | | |
| 开课学期 | 第七学期 | | 总学时 | | 3周 | | 实践学时 | | 3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7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 | | | | | | | |  | 3周 | | 3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(分销管理)教学大纲

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | **分销管理** | | | | | 课程代码 | | | | 2511520152 | |
| 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 | | | | 舒均治 | |
| 修读方式 | ☑**必修**  选修 | | | | | 学 分 | | | | 2 | |
| 开课学期 | 2025-2026学年第一学期 | | 总学时 | 32 | | 其中实践学时（其他实践） | | | | 0 | |
| 混合式  课程网址 | 非必填，根据实际填写 | | | | | | | | | | |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：市场营销学、企业管理原理、市场调查与预测  后续课程：销售管理、推销与谈判 | | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 分销管理是是高等学校市场营销专业本科专业培养方案中为高年级学生开设的一门专业课，也是三明学院经管学院为营销专业本科生开设的专业课。本课程的先行课程是市场营销学、企业管理原理、市场调查与预测、推销学等，要运用先行课程中的基本知识、基本理论和基本方法，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。本课程主要讲述企业营销渠道的结构和功能，营销渠道战略和渠道设计，营销渠道成员选择管理，渠道中的分销商，营销渠道流程和营运管理等。营销渠道管理与企业营销实际工作有直接的联系，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。 | | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | 例如：  （一）知识  1.1 掌握营销渠道管理的基本概念及营销渠道设计、渠道成员选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制、渠道效率评估等基础知识。  1.2 熟练掌握营销渠道的设计、营销渠道的策略选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制、渠道效率评估等核心知识。  （二）能力  2.1 善用营销渠道概念设计营销渠道、渠道成员选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制等实务技能。  2.2 具有总结归纳营销渠道管理发展新动态的能力，善于运用相关研究成果推动营销企业服务与管理创新的能力。  2.3 具备线上线下营销渠道设计、渠道成员选择、渠道领导与激励、渠道成员之间的合作与冲突、营销渠道控制、渠道效率评估等的能力。  2.4 善于组建线上线下营销渠道、供应链电商渠道设计和团队协作的能力。  （三）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“营销渠道+互联网”的融合发展思维。  3.3 构建以人为本的价值观，注重为用户提供个性化智能服务的实践。  **【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。【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。 | | | | 课程目标1 | | | |
| 实务技能 | | | 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2、3 | | | |
| 应用创新 | | | C2 具备较强的市场营销创新或创业能力。 | | | | 课程目标3 | | | |
| 协作整合 | | | D2 具有跨艺术、文化传播、信息技术等领域统筹、整合能力。 | | | | 课程目标2 | | | |
| 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3 | | | |
| **E**  **教学内容** | 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 | | | | | | | 2 |  | | **2** |
| 第2章 营销渠道管理 | | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第3章 渠道分析与目标确定 | | | | | | | 3 |  | | **3** |
| 第4章 渠道设计与策略选择 | | | | | | | 3 |  | | **3** |
| 第5章 渠道成员选择 | | | | | | | 3 |  | | **3** |
| 第6章 物流的组织与管理 | | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第7章 渠道领袖与渠道领导方法 | | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第8章 渠道成员之间的合作与冲突 | | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第9章 营销渠道控制 | | | | | | | 3 |  | | 3 |
| 第10章 渠道效率评估 | | | | | | | 6 |  | | 6 |
|  | 合计 | | | | | | | 32 |  | | 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 | | |
|  | 第1章 营销渠道管理的基础理论 | | 1.1，1.2 |  | |  | | | 面授 | |
|  | 第2章 营销渠道管理 | | 1.1，1.2 |  | |  | | | 面授 | |
|  | 第3章 渠道分析与目标确定 | | 2.4 |  | |  | | | 面授 | |
|  | 第4章 渠道设计与策略选择 | | 2.1，2.2，2.3 | 社会主义核心价值观 | | 3.1 | | | 面授 | |
|  | 第5章 渠道成员选择 | | 2.1，2.2，2.3 | 李克强总理推销中国高铁 | | 3.1 | | | 面授 | |
|  | 第6章 物流的组织与管理 | | 2.1，2.2，2.3 | 社会主义核心价值观 | | 3.1 | | | 面授 | |
|  | 1. 渠道领袖与渠道领导方法 | | 2.1，2.2，2.3，3.1,3.2,3.3 | 社会主义核心价值观 | | 3.1 | | | 面授 | |
|  | 第8章 渠道成员之间的合作与冲突 | | 2.1，2.2，2.3，3.1,3.2,3.3 | 习近平同志关心沙县小吃 | | 3.1 | | | 面授 | |
|  | 第9章 营销渠道控制 | | 2.1，2.2，2.3，3.1,3.2,3.3 | 社会主义核心价值观 | | 3.1 | | | 面授 | |
|  | 第10章 渠道效率评估 | | 2.1，2.2，2.3，3.1,3.2,3.3 | 社会主义核心价值观 | | 3.1 | | | 面授 | |
| **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（30%） | | | 平时作业完成情况，出勤情况 | | | **课程目标1、2、3** | | | | |
| 期末（70%） | | | 期末试卷成绩 | | | **课程目标1、2、3** | | | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** | 《营销渠道管理》，主编：庄贵军，北京大学出版社，2023年8月第四版  李先国主编.《分销渠道管理》.北京：清华大学出版社.2012.  董方雷编著.《有效的分销管理》.北京：北京大学出版社.2003.  影响力商学院编著.《渠道为王》.北京：电子工业出版社.2012. | | | | | | | | | | |
| **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：  武丽君、舒均治的电子签名  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：f9fcee553979ac85a1dc0ca868cb5cb  2025 年 7 月 25 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 | | 2512430132 | | | |
| 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 | 第七学期 | | 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 | | | | | | | | | | |