

【营销策划】

【Marketing planning】

一、基本信息

课程代码：【2060174】

课程学分：【2】

面向专业：【工商管理】

课程性质：【专业必修课“◎”】

开课院系：工商管理系

使用教材：

教材【营销策划（“十三五”普通高等教育应用型规划教材），任锡源主编，中国人民大学出版社，出版时间：2020】

参考书目

【商务策划实务，刘永红 韦林华 主编，机械工业出版社，出版时间：2017】

【营销策划，章金萍主编，高等教育出版社，出版时间：2018】

【营销策划理论与实务，赵静主编，机械工业出版社，出版时间：2017】

课程网站网址：MBA 智库百科 <http://wiki.mbalib.com>

先修课程：【市场营销，2060347，3 学分；市场调查与预测，2060134，3 学分】

二、课程简介

营销策划是根据企业的营销目标，通过企业设计和规划企业产品、服务、创意、价格、渠道、促销，从而实现个人和组织的交换过程的行为，以满足消费者需求和欲望为核心。

现代管理学将营销策划分为营销策划市场细分、产品创新、营销战略设计及营销组合 4P 战术（组合）等四个方面的内容。营销策划首先要确定营销概念，其次是在营销理念基础上的策划。

营销策划的核心要点是有机组合策划各要素，最大化提升品牌资产。

菲利普·科特勒认为：营销开始于业务计划过程之前。与制造和销售观点不同，该业务过程由价值创造和随后的传递组成，这个过程包括三个阶段。

第一：选择价值。在任何产品产生以前，必须先做营销“作业”。营销工作过程是细分市场（segmentation），目标（targeting），定位（positioning）——STP，它是战略营销的精髓。

第二：一旦业务单位选择好了将提供给目标市场的价值，它即准备提供价值工作。有形产品和服务必须具体明确的，目标价格必须建立，产品必须制造和分销给市场。在第二个阶段，开发特定产品的性能、价格和分销，这也是战术营销（tactical marketing）的内容。

第三：这一阶段的任务是传播价值。战术营销在延伸：组织销售力量、促销、广告和其他推广工作，以使该供应品为市场所知。营销过程始于产品以前，继续于产品开发之中，在产品销售之后还应延续。

三、选课建议

工商管理专业的核心能力是市场开拓能力。营销策划是市场开拓的前奏，适合工商管理专业专业大三一大四的学生学习，并有利于毕业论文的写作。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
L011: 表达沟通。理解他人的观点, 尊重他人的观点, 能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。	
L021: 自主学习。学生能根据环境需要确定自己的学习目标, 并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标	
L031: 调查预测能力。熟悉调查方案的策划, 调查问卷的设计, 掌握常用的资料分析与预测方法, 熟悉调查报告的写作。	
L032: 市场开拓能力。熟悉SWOT分析、波士顿矩阵、STP分析、4P组合、营销组织与控制等, 并能有效应用	
L033: 生产运作能力。清楚生产运作系统的设计、进度管理、质量管理、技术管理、设备管理等。	
L034: 人力资源能力。熟悉人力资源工作规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬与福利、劳动关系管理, 并能设计方案。	
L035: 财务管理能力。清楚资金的筹集、投资、运营、分配和财务计划与决策、财务预算与控制、财务分析与考核等	
L036: 项目管理能力。熟悉项目范围、项目时间、项目成本、项目质量、项目人员、项目沟通、项目风险、项目采购、项目集成管理等。	
L037 商务策划能力。能用已有的思维成果和创新的方法进行策划。熟悉营销策划原理与步骤、策划创意与文案、营销策划整体设计及运用等。	●
L041: 尽责抗压。遵守纪律、守信守责; 适应环境变化, 具有耐挫折、抗压力的能力。(“责任”为我校校训内容之一)	●
L051: 协同创新。同群体保持良好的合作关系, 做集体中的积极成员; 善于从创新思维, 利用自己的知识与实践来提出新设想。	
L061: 信息应用。具备一定的信息素养, 善于收集信息, 并能在工作中应用信息技术解决问题。	●
L071: 服务关爱。愿意服务他人、服务企业、服务社会; 为人热忱, 富于爱心, 懂得感恩(“感恩、回报、爱心”为我校校训内容之一)。	
L081: 国际视野。具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力, 有国际竞争与合作的意识。	

备注: LO=learning outcomes (学习成果)

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
1	L0371	熟悉营销策划原理与步骤	讲授、实训	作业 案例分析
2	L0372	策划创意与文案	讲授、实训	
3	L0373	营销策划整体设计及运用	讲授、实训	
4	L0411	遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。		点名、笔记
5	L0612	能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。	讲授、实训	作业 案例分析

六、课程内容

第1章 营销策划概述（运用，2理论课时数）

1 教学内容

第1节 策划与营销策划

第2节 营销策划的种类

第3节 营销策划学概述

2 知识要求

(1) 策划与营销策划

(2) 营销策划的种类

3 能力要求

策划与营销策划

课程思政：策划含义引出中华优秀传统文化、思维导图培养创新能力

4 教学难点

策划与营销策划

第2章 营销策划理论（分析，4理论课时数）

1 教学内容

第1节 营销策划创意

第2节 营销策划方法

第3节 营销策划过程

2 知识要求

(1) 营销策划创意

(2) 营销策划方法

(3) 营销策划过程

3 能力要求

(2) 营销策划创意

(2) 营销策划方法

课程思政：头脑风暴激发协同创新能力

4 教学难点

(1) 营销策划创意

(2) 营销策划方法

第3章 营销策划书写作（综合，2理论课时数）

1 教学内容

第1节 营销策划书概述

第2节 营销策划书的结构和内容

第3节 营销策划书的写作技巧

第4节 营销策划书的模式与范例

2 知识要求

(1) 营销策划书的结构和内容

(2) 营销策划书的写作技巧

3 能力要求

(2) 第2节 营销策划书的结构和内容

(2) 营销策划书的写作技巧

课程思政：课堂提问锻炼表达沟通能力

4 教学难点

营销策划书的写作技巧

第4章 产品上市策划（综合，2理论课时数）

1 教学内容

第1节 产品上市策划概述

第2节 产品概念策划

第3节 产品包装策划

2 知识要求

(1) 产品概念策划

(2) 产品包装策划

3 能力要求

(2) 产品概念策划

(2) 产品包装策划

课程思政：产品策划培养诚信

4 教学难点

(1) 产品概念策划

(2) 产品包装策划

第5章 品牌策划（综合，4理论课时数）

1 教学内容

第1节 品牌策划概述

第2节 品牌定位

第3节 品牌命名

第4节 品牌设计与表达

2 知识要求

(1) 品牌定位

(2) 品牌命名

(3) 品牌设计与表达

3 能力要求

- (1) 品牌定位
- (2) 品牌命名
- (3) 品牌设计与表达

课程思政：品牌策划培养守信用的契约精神

4 教学难点

- (1) 品牌定位
- (2) 品牌命名
- (3) 品牌设计与表达

第6章 分销渠道策划（综合，2理论课时数）

1 教学内容

第1节 分销渠道选择策划

第2节 分销渠道整合策划

2 知识要求

- (1) 分销渠道选择策划
- (2) 分销渠道整合策划

3 能力要求

- (2) 分销渠道选择策划
- (2) 分销渠道整合策划

课程思政：分销策划锻炼自主学习能力

4 教学难点

- (1) 分销渠道选择策划
- (2) 分销渠道整合策划

第7章 广告策划（综合，4理论课时数）

1 教学内容

第1节 广告策划概述

第2节 广告总体策划

第3节 广告媒体策划

第4节 广告设计策划

2 知识要求

- (1) 广告总体策划
- (2) 广告媒体策划
- (3) 广告设计策划

3 能力要求

- (1) 广告总体策划
- (3) 广告媒体策划
- (4) 广告设计策划

课程思政：广告策划培养专业能力和信息应用能力

4 教学难点

- (1) 广告总体策划
- (2) 广告媒体策划
- (3) 广告设计策划

第8章 公关策划（综合，2理论课时数）

1 教学内容

第1节 公关策划概述

第2节 公关专题活动策划

第3节 公关新闻策划

第4节 公关危机活动策划

2 知识要求

(1) 公关专题活动策划

(2) 公关新闻策划

(3) 公关危机活动策划

3 能力要求

(1) 公关专题活动策划

(2) 公关新闻策划

(4) 公关危机活动策划

课程思政：危机公关锻炼尽责抗压和服务关爱能力

4 教学难点

公关危机活动策划

第9章 营业推广活动策划（综合，4理论课时数）

1 教学内容

第1节 营业推广活动策划概述

第2节 店头推广活动策划

第3节 展会推广活动策划

第4节 节假日推广活动策划

2 知识要求

(1) 店头推广活动策划

(2) 展会推广活动策划

(3) 节假日推广活动策划

3 能力要求

(1) 店头推广活动策划

(3) 展会推广活动策划

(4) 节假日推广活动策划

课程思政：活动策划锻炼协同创新能力和团队合作

4 教学难点

(1) 店头推广活动策划

(2) 展会推广活动策划

(3) 节假日推广活动策划

第10章 口碑营销活动策划（综合，2理论课时数）

1 教学内容

第1节 口碑营销策划要点

第2节 口碑营销推广策划

第3节 培养口碑传播者

2 知识要求

(1) 口碑营销策划要点

(2) 口碑营销推广策划

(3) 培养口碑传播者

3 能力要求

(1) 口碑营销策划要点

(3) 口碑营销推广策划

(4) 培养口碑传播者

课程思政：口碑营销培养信息应用能力

4 教学难点

(1) 口碑营销策划要点

(2) 口碑营销推广策划

(3) 培养口碑传播者

第 11 章 其他营销专题活动策划（综合，4 理论课时数）

1 教学内容

第 1 节 网络营销活动策划

第 2 节 服务营销活动策划

第 3 节 文化营销活动策划

第 4 节 关系营销活动策划

2 知识要求

(1) 网络营销活动策划

(2) 服务营销活动策划

(3) 文化营销活动策划

(4) 关系营销活动策划

3 能力要求

(1) 网络营销活动策划

(2) 服务营销活动策划

(3) 文化营销活动策划

(5) 关系营销活动策划

课程思政：专题活动策划培养专业能力

4 教学难点

(1) 网络营销活动策划

(2) 服务营销活动策划

(3) 文化营销活动策划


(4) 关系营销活动策划

总评构成（1+X）	评价方式	占比	毕业要求
1	期末考试	40%	L0371/L0372/L0373/L0612
X1	课堂表现	10%	L0411
X2	作业	20%	L0371/L0372/L0373/L0612

X3	案例分析报告	30%	L0371/L0372/L0373/L0612
----	--------	-----	-------------------------

七、评价方式与成绩

撰写人：宋丽娅

系主任审核：

时间：2023年2月12日

时间：2023年2月12日