**《营销策划》课程大纲**

（《Markeying planning》 Syllabus）

**课程性质：** 专业核心课

**课程学分/学时：**2学分/30学时

**上课时间/教室：** 5西402

**教师姓名/职称：** 张成甦/讲师

**教师联系方式：18689665525**

**Office hours/Place（办公时间/地点）：**周二15：00-17：00，周三10：00-12：00，周四10：00-12：00，15：00-18：00，社科楼南206

**一、课程简介及目标**

《营销策划》是市场营销专业一门重要的专业核心课，先修课程有《管理学》、《营销管理》、、《品牌管理》、《消费者行为学》等。《营销策划》是一门应用性很强的课程，在市场营销实践中具有重要的指导意义。

该课程内容主要包括营销策划理论与营销策划实务两大部分，系统地介绍营销策划的基本理论和最新研究成果，主要研究市场调研策划、产品策划、品牌策划、整合营销传播策划、公关策划等方面的内容，其中重点讲授营销策划的原理、原则、程序、内容与实际操作方法，目的在于提高学生解决问题的能力，进而提高学生的职业竞争力。

该课程重点关注学生的创意策划与传播沟通技能，培养学生的创新创业创价值的能力。主要采用讲授法、案例教学法、启发教学和团队学习等方法，加强教学的实践性环节，突出应用性，要达成的目标是将学生培养成为“会策划、能创新、善营销”的的营销专业人才。重点培养学生的实际操作能力，主要是在劳动力市场上的职业竞争力。

**知识目标**：通过课程学习，让学生在了解基本的营销策划基础理论知识和最新的研究成果，对营销策划原理、原则、程序、内容与实际操作方法等方面的理论知识有系统了解。

**专业方法目标**：通过课程学习，结合小组项目案例和其他实际营销策划案例的分析，让学生能够通过案例掌握营销策划的基本通用方法，以案例和项目为导向的实际操作和策划。

**专业技能目标：**通过课程学习，以项目为依托，使学生最终能够独立的完成市场调研策划、企业形象策划、产品定价和定位策划、企业战略策划、分销渠道策划等各类型策划，将理论学习转化为营销策划方法和营销策划技能的掌握，将学习能力转化为职业竞争力。

**二、课程资料及教学要求**

**使用教材：**《营销策划理论与实务》，黄聚河著，清华大学出版社，2014年，39元，ISBN:9787302310662

**教学要求：**学生需要每次课前做好经典书目阅读和教材内容预习、上网查找相关案例材料、做好学习笔记、5-8人一组进行营销策划实训、按时提交平时作业、及时完成社会书剑大作业《某某企业整合营销传播策划方案》，按时参加考核。

**阅读书目（必读、选读）：**

**必读（全部阅读）：**

1.《营销策划原理与》，张海主编，中国人民大学出版社，2009，29元，ISBN：9787300107745

2.《营销策划方法、技巧与文案》，孟韬著，机械工业出版社，2008年，39元，ISBN:9787111383291

3.《市场营销策划》，王方主编，中国人民大学出版社，2013年，35元，ISBN:9787300159669

**选读（选读相关章节）：**

4.《营销策划》，（英）马尔科姆.麦克唐纳著，高杰翻译，电子工出版社，2001年，38元，ISBN：9787121134487

5.《企业策划理论与实务》，朱培立主编，中国机械工业出版社，2012年，39元，ISBN:9787111399418

**资料（材料）准备：**

1.购买或借阅相关必读书目、选读书目。

2.必须经常登录中国策划和中华策划等专业网站，浏览相关信息

**学习时间（学生）：**每次课前学生需要30-60分钟左右时间用来预习教材内容、阅读指定经典书目并撰写读书笔记，以及上网查阅资料等。课程结束后需要及时复习。以团队形式开展研究、收集资料并追希额案例，每次时长保证1-2小时。

**三、课程内容**

| 周次 | 时间 | 内容 | 课前阅读（必读、宣读、页码范围） | 课堂测验与课后习题 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2018.3.7  1.2节 | 营销策划导论（补充策划学知识） | 阅读1（第一章p1--15） | 课堂随机提问检验阅读情况  提问：学习营销策划的意义？  课后习题：教材P36, 2.3.4.5 |
| 2 | 2018.3.14  1.2节 | 营销调研研策划 | 阅读2（第2章）P41--60 | 课堂随机提问检验阅读情况  提问：营销调研策划应注意的问题？  课后习题：教材P70，1.3.5 |
| 3 | 2018.3.21  1.2节 | 营销战略策划 | 阅读4（第6章）P186--210 | 课堂随机提问检验阅读情况  提问：应次奥战略策划的内容有哪些？  课后习题：P95 2、3 |
| 4 | 2018.3.28  1.2节 | 企业形象策划 | 阅读1（第8章）P20--34 | 课堂随机提问学生查阅情况  提问：企业形象策划的重点是什么？  课后习题：P122，1、3 |
| 5 | 2018.4.4  1.2节 | 产品与产品定价策划1 | 阅读3（第2部分）P31--128 | 课堂随机提问检验阅读情况  提问：1.产品定位策划的方法？ |
| 6 | 2018.4.11  1.2节 | 产品与产品定价策划2 | 阅读3（第2部分）P31--128 | 1.产品定价有哪些战略？  课后习题：教材P166，1、3；p193,1.2.3 |
| 7 | 2018.4.18  1.2节 | 分销渠道策划 | 阅读1（第6章）P129--151 | 课堂随机提问检验阅读情况  提问：分销渠道种类  课后习题：P210.3、4 |
| 8 | 2018.4.25  1.2节 | 整合营销传播策划1 | 阅读2（第5章）p81--123;；网上收集案例 | 课堂随机提问阅读情况  提问：1.什么是整合营销传播； |
| 9 | 2018.5.2  1.2节 | 整合营销传播策划2 | 阅读2（第5章）p81--123;；网上收集案例 | 1.整合营销传播策划的程序？； |
| 10 | 2018.5.9  1.2节 | 整合营销传播策划3 | 阅读2（第5章）p81--123;；网上收集案例 | 1.如何进行公关策划？  课后习题：教材p276,1、2、3、5、6 |
| 11 | 2018.5.16  1.2节 | 营销策划的执行与控制 | 阅读4（第12章）359---453 | 课堂随机提问检验查阅情况  提问：营销策划控制的内容？  课后习题：教材：P297，3\4 |
| 12 | 2018.5.23  1.2节 | 营销策划通用模板及范文1 | 阅读3（第14章）p389--427;网上收集营销策划书案例 | 课堂随机提问检验查阅网站资料情况  提问：课堂请3名学生讲解课下收集到的策划书实例  课后习题：教材P378，如何撰写营销策划书 |
| 13 | 2018.5.30  1.2节 | 营销策划通用模板及范文2 | 阅读3（第14章）p389--427;网上收集营销策划书案例 | 课堂随机提问检验查阅网站资料情况  提问：课堂请3名学生讲解课下收集到的策划书实例  课后习题：教材P378，如何撰写营销策划书 |
| 14 | 2018.6.6  1.2节 | 布置社会实践大作业《某某企业整合营销策划方案》 | 阅读5（第5章）P81--96  到网上或到企业收集营销策划方案的实例 | 随堂找3名学生介绍自己收集到的营销策划方案实例，老师进行分析、点评总结  老师课堂提供《某某企业整合营销策划方案》模板并指导如何撰写 |
| 15 | 2018.6.13  1.2节 | 课程总结 | 学生独立撰写学习体会、收获与存在的问题 | 老师课上进行课程全面总结，请3名学生介绍学习心得，老师点评 |

**备注：课前准备里的数字序号对应【必读、选读书目】所列出的数目序号。**

**四、课程考核**

课堂考勤与小测验 20%

期中考试 20%

案例分析作业 30%

期末考试 30%

合计 100%

考核标准及要求：

1. 考勤

严格按学校的要求考情，每一次课都坚持点名并做好记录。期末最后一节课总结出勤情况并与本人核对，在此基础上计算每个人的出勤分；

1. 课堂测验

坚持每一次课都进行课堂测验并计入成绩。测验的题目有上节课安排好或就本节课讲过的内容进行测验，加深学生对本课所讲内容的理解和掌握，考察学生自主学习的能力

1. 期中考试

期中考试的内容重点是理论知识和案例分析。包括：选择题，判断题、简答题、论述题、案例分析题。期中考试分占总成绩的30%，主要考察学生分析问题和解决问题的能力

1. 期末考试采取开卷考核。因为营销策划课具有较强的实践性、应用性，操作性。因此要突出培养学生的实际动手能力。具体考核要求是让学生到企业收集企业的实际资料，在此基础上结合所学到的理论知识独立撰写一篇社会实践大作业---《某某企业整合营销策划方案》，该方案主要考察学生学以致用的能力，以期能够提高学生的职业竞争力，期末考核占总成绩的30%。

本课程重点考察学生自主学习、分析和解决问题的能力，旨在提高学生的职业竞争力。

**五、考试安排**

| **日期** | **具体安排** |
| --- | --- |
| 2018.4..25 | 期中考试，闭卷考核 |
| 2018.5.26 | 社会实践调查，为撰写某某企业整合营销写话方案》收集资料（课余时间调查） |
| 2018.6.13 | 期末考试：开卷考核，撰写一篇社会实践大作业《某某企业整合营销策划方案》 |

**六、考试诚信**

根据《三亚学院学生考试违纪和作弊的认定及处理办法》和《关于进一步加强考风建设的若干意见》，对于违纪和作弊行为给予相关处分，并处违纪、作弊课程记零分、直接重修；取消当年一切评奖、评优资格；学生干部免去其任职资格；进入诚信考试教育学习班学习。

**友情提示：**

1.符合办理缓考条件需申请缓考的同学，须在考试前五个工作日内提交相关材料，在课程开考当日和以后递交是无效的；

2.属下列情况之一者，课程需重修：

（1）课程考核不及格者；

（2）实验课缺做实验达1/3者；

（3）一门课程缺课的学时累计达到该门课程总学时的1/3者(获准课程免听者除外)。

**七、课程资源推荐**

•课程相关的优秀学习资源：

中国策划网、中华策划网（百度上可以收索到）

中国策划杂志、市场销售杂志、现代企业管理杂志（月刊，学校图书馆有

**《电子商务概论》课程大纲**

（Essentials of Electric Commerce）

**课程性质：** 专业核心课

**课程学分/学时：**2.5学分/45学时

**上课时间/教室：**周三3、4节/5西105；周五1、2节（单）/4B401

**开课学院：**管理学院

**教师姓名/职称：**闫磊，助教

**教师联系方式：**17889877857、381777479@qq.com

**办公时间/地点（Office hours/Place）：**周一8:00-11:30、15：00－

17：00；周二8：00－11：30 社科楼南206

**一、课程简介及目标**

【填写要求：本课程在专业人才培养中的地位和作用；课程教学内容；知识目标、能力目标、素质目标等】

本课程是市场营销专业一门重要的专业核心课程，对应5种品质中的思维方式、专业方法和职业能力。通过课程的学习帮助学生使用互联网的思维模式来思考学习、生活中遇到的商业问题；课程中有关电子商务的原理和使用方法的介绍，可以给学生今后生活和学习带来便利，提高其学生和工作效率；课程中有关发展趋势的分析可以使学生更好的把握社会发展走向，认清人才需求领域，帮助学生更早的进行职业规划。

教学内容：本课程主要包括商务方面与技术方面两大部分，商务方面主要对商务模式，盈利模式，网络营销和电子商务运营管理等方面内容进行讨论；技术方面主要覆盖了电子商务基础技术，电子商务安全和电子商务支付等应用型技术。通过这两方面的学习将系统地介绍电子商务学的基本理论和最新研究成果。

知识目标：该课程的特点是理论性比较强，因此要求同学在学习本门课程时要紧紧围绕电子商务的实践，结合网络的特点，理解电子商务的特点及其与传统商务活动的区别，能够充分利用网络优势提高从事商务活动的技巧，发现商业机会。

能力目标：（1）通过互联网和电子商务联系的介绍，帮助学生使用互联网思维思考和解决商业问题，更早的适应“互联网+”时代；（2）通过互联网查找资料完成课程作业，可以提高学生运用互联网解决商业问题的能力；（3）通过分组讨论、课堂发言，锻炼学生的语言表达能力。

素质目标：学生对互联网和电子商务发展方向的准确把握，可以使学生更早的进行相关方面的职业规划，更好的应对未来工作中的挑战。

**二、课程资料及教学要求**

**使用教材：**《电子商务概论（第3版）》，白东蕊等著，人民邮电出版社，2016年，35元，ISBN: 9787115426307

**阅读书目（必读、选读）：**（填写要求：名称、作者、出版社、出版日期<版次>、价格、书号）

**必读（全部阅读）：**

1.《商战：电商时代》，吴晓波总撰稿，武汉：湖北教育出版社，2014年，49.80元，ISBN：9787535192783

2.《视界：“互联网➕”时代的创新与创业》，崔勇著，北京：清华大学出版社，2016年，49元，ISBN：9787302437826

3. 《电子商务服务》，梁春晓等著，北京：清华大学出版社，2015年，34.50元，ISBN：9787302405788

4.《电子商务案例分析》，施志君主编，北京：化学工业出版社，2014年，26元，ISBN: 9787122193018

**选读（选读相关章节）：**

5.《电子商务概论》，高功步著，机械工业出版社，2016年，38元，ISBN：9787111348214

6.《跨界：开启互联网与传统行业融合新趋势》，腾讯科技频道著，北京：机械工业出版社，2014年，39元，ISBN：9787111479123

7.《爆发：大数据时代预见未来的新思维》，（美）艾伯特－拉斯洛·巴拉巴西著，马慧译，中国人民大学出版社，2012年，59.90元，ISBN：9787300154749

8.《平台战略：正在席卷全球的商业模式改革》，陈威如等著，北京：中信出版社，2013年，58元，ISBN：9787508637563

9.《联盟：互联网时代的人才变革》，（美）霍夫曼，卡斯诺查等著，路蒙佳译，北京：中信出版社，2015年，39元，ISBN：9787508649351

10.《移动学习：企业培训的“风口”》，陈澄波，张雷著，北京：机械工业出版社，2015年，49元，ISBN：9787111502937

**教学要求：**学生需要每次课前做好经典书目阅读和教材内容预习、上网查找相关案例材料、做好课堂笔记、3-5人一组进行电子商务策划实战参赛、按时提交平时作业、做好期末复习等。必须每天登录专业网站浏览相关信息学生务必登陆全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛网站，选择合适的策划类命题策略单，3-5人一组进行团队分工，确定好策划命题，第1周上课时提交参赛信息给老师。

**三、课程内容**

【填写要求：本部分应详细填写每周（次）上课的具体时间、课程内容、阅读要求、携带材料包括课程资料和相关耗材设备、课题测验与课后习题详细等】

| **周次** | **时间** | **内容** | **课前阅读（必读、选读、页码范围）** | **携带材料** | **课堂测验与课后习题** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | 2018.03.07  2018.03.09 | 主题：走进电子商务  知识点：  1.电子商务的概念  2.传统商务与电子商务的区别  3.电子商务的优势和特点 | 教材：P1-29  必读：  阅读1（P1-40）  阅读2（P1-9）  阅读4（P1-11）  观看视频电商风云第1集 | 1.指定教材  2.指定书目及阅读笔记 | 课堂测验：广义电子商务和狭义电子商务有什么区别？  课后习题：①学生课后确定三创电子商务大赛参赛命题  ②列举你身边的电子商务。 |
| **2** | 2018.03.14 | 主题：走进电子商务  知识点：  1.电子商务的分类  2.电子商务的运作流程  3.电子商务人才  4.电子商务的发展 | 教材： P1-29  必读：  阅读1（P1-40）  阅读2（P1-9）  阅读4（P1-11） | 1.指定教材  2.指定书目及阅读笔记 | 课堂测验：电子商务人才需要具备哪些素质？  课后习题：①未来几年电子商务的发展趋势有哪些？  ②电子商务是怎样改变你的生活的？ |
| **3** | 2018.03.21  2018.03.23 | 主题：电子商务的应用框架  知识点：  1.电子商务的应用框架结构  2. 电子商务基础结构层次  3.电子商务的两个支柱 | 教材：P32-56  必读：  阅读1（P46-81）  选读：  阅读5（P32-56） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：电子三个基础结构层次的功能是什么？  课后习题：课后向老师汇报前期材料搜集情况 |
| **4** | 2018.03.28 | 主题：电子商务的应用环境  知识点：  1.电子商务的基础环境  2.电子商务的法律问题  3.电子商务的信任问题  4.电子商务的税收问题 | 教材：P32-56  必读：  阅读1（P46-81）  选读：  阅读5（P32-56） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：我国电子商务信任方面存在哪些问题？怎样改善？  课后习题：课后向老师汇报前期材料搜集情况 |
| 5 | 2018.04.04  2018.04.06 | 主题：电子商务网络技术基础  知识点：  1.互联网的基本知识和应用  2.电子商务软硬件平台建设  3.企业电子商务软件基本功能 | 教材：P83-141  必读：  阅读3（P97-112）  选读：  阅读6（P1-13）  观看视频电商风云第2集 | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：互联网与电子商务的关系是什么？  课后习题：学生课后开始撰写策划案背景分析部分。 |
| 6-8 | 2018.04.11 | 主题：电子零售  知识点：  1.电子零售的概念  2.电子零售的运作流程  3.电子零售的特点  4.电子零售的商业模式 | 教材：P31-82  必读：  阅读1（P46-81； P84-108）  阅读3（P151-154）  阅读4（P12-28） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：电子零售与电子商务的关系是怎样的？  课后习题：列举你所见到的电子零售，并说出他的优缺点？ |
| 7 | 2018.04.18  2018.04.20 | 主题：电子商务运作模式  知识点：  1.电子商务平台服务商  2.b2b模式  3.c2c模式  4.o2o模式 | 教材：P31-82  必读：  阅读1（P46-81； P84-108）  阅读3（P151-154）  阅读4（P12-28）  观看视频电商风云第3集 | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：b2b、b2c以及c2c有什么区别？  课后习题：与b2c相比c2c有什么优缺点？ |
| 8 | 2018.04.25 | 主题：互联网信息服务商  知识点：  1.互联网信息服务的概念  2.搜索引擎  3.网络媒体  4.互联网中介 | 教材：P31-82  阅读1（P46-81； P84-108）  阅读3（P151-154）  阅读4（P12-28） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：搜索引擎包括哪几种类型？  课后习题：各互联网服务商在电子商务中发挥着怎样的功能？ |
| 9 | 2018.05.02  2018.05.04 | 主题：电子商务安全管理  知识点：  1.电子商务安全技术  2.电子商务安全威胁与需求  3.电子商务安全现状 | 教材：P142-174  必读：  阅读3（P199-257）  选读：  阅读5（P137-166） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：你所知识的电子商务安全威胁有哪些？  课后习题：试述几种常用加密技术的原理，并画图说明。 |
| 10 | 2018.05.09 | 主题：电子商务支付  知识点：  1.网络银行  2.电子支付的特点  3.移动支付  4.网上支付方式  5.第三方支付 | 教材：（P142-174  ，P175-227）  必读：  阅读2（P25-49）  观看视频电商风云第4集 | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：电子支付与传统支付相比有什么优缺点？  课后习题：画图说明电子支票的原理及使用过程。 |
| 11 | 2018.05.16  2018.05.18 | 主题：网络营销之一  知识点：  1.网络营销概述  2.网络营销流程  3.网络广告 | 教材：P229-292  必读：  阅读3（P79-95）阅读4（P110-128）  选读：  阅读5（P256-289） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：网络广告与传统广告相比的优点有哪些？  课后习题：网络营销和传统营销相比的主要特别有哪些，并举例说明。 |
| 12 | 2018.05.23 | 主题：网络营销之二  知识点：  1.搜索引擎营销  2.病毒营销  3.社交网络营销  4.事件营销 | 教材：（P229-292  ，P229-292）  必读：  阅读3（P79-95）阅读4（P110-128）  观看视频电商风云第5集 | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：病毒式营销的过程是怎样的？  课后习题：以“加多宝”为例分析事件营销的应用。 |
| 13 | 2018.05.30  2018.06.01 | 主题：网络营销之三  知识点：  1.软文营销  2.微博营销  3.微信营销 | 教材：（P229-292）  阅读3（P79-95）  阅读4（P110-128）  观看视频电商风云第6集 | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：什么是自媒体营销？它包括哪些内容？  课后习题：谈谈你对微信营销发展前景的看法。 |
| 14 | 2018.06.06 | 主题：中国互联网的三驾马车  知识点：  1.案例分析法的应用  2.众里寻她千“百度”  3.电商王朝“阿里巴巴”  4.酷爱社交的“企鹅” | 必读：  阅读2（P34-65）阅读4（P29-49， P129-158） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：你认为阿里巴巴王朝成功的秘诀有哪些？  课后习题：学生课后向老师汇报前期材料搜集情况。 |
| 15 | 2018.06.13  2018.06.15 | 主题：电子商务的新进展  知识点：1.移动商务  2.大数据  3.云计算  4.物联网 | 教材：（P324-370）  必读：  阅读1（P226-255）  阅读2（P148-176） | 1.指定教材  2.指定书目的阅读笔记 | 课堂测验：你对大数据和去计算的了解是什么？  课后习题：写一篇关于本课程学习的心得体会。 |

**四、课程考核**

【填写要求：应详细写出课程考核方式和形式（如笔试、口试、课程论文、考勤、课堂小测验、平时作业、小组项目、期中考试、期末考试等）的具体标准、要求及权重分布（各部分比例可自行设计），并对课程未完成作业的补救措施等方面进行说明。】

考勤 10%

小组项目 20%

平时作业 10%

期末考试 60%

合计 100%

* 考核标准及要求：

1.考勤：考勤成绩按100分计，共计点名10次，旷课一次考勤成绩扣20分，累计4次以上的平时成绩0分，5次及以上的取消考试资格，期末计算总成绩时在考勤成绩的基础上乘以10%。

2.平时作业：作业成绩以100分计，本学期会累计要求学生上次5次作业，每少交一次，作业成绩扣20分，累计3次不交作业超过3次的作业成绩为0分；上交的作业会根据完成质量按照优、良、中、及格、不及格5个等级进行批改，期末计算总成绩时在作业成绩的基础上乘以10%。另外，本学期期末会给予一次补交作业的机会，要求其在规定期限内补交全部作业。

3.小组项目：本学期8次实验课，实验课内容主要是完成电子商务策划方案，方案的考核以小组形式进行，包括ppt和策划案的呈现。小组成绩按100分计，根据各小组的表现，按照优、良、中、及格和不及格5个等级给分，期末计算总成绩时在小组成绩的基础上乘以20%。

4.期末考试：本门课程根据学校规定为考查课，以开卷笔试的形式进行，试卷以论述及案例分析等主观题为主，总分为100分，由学生根据本学期课程学习情况作答，期末计算总成绩时在卷面成绩的基础上乘以60%。

5.总评成绩：学期末总成绩为以上各项成绩的加总，共计100分。

本课程坚持知识、技能、能力等方面全面考核，以能力和态度考核为重点。期末成绩=课堂考勤（每周）（10%）＋小组项目（20%）+小组作业（5次）（10%）+实验课电子商务+期末试卷测试（70%）相结合。

**五、考试安排**

| **日期** | **具体安排** |
| --- | --- |
| 2018.03.21 | 第一次作业布置，作业完成时间为一周 |
| 2018.04.18 | 第二次作业布置，作业完成时间为一周 |
| 2018.05.09 | 第三次作业布置，作业完成时间为一周 |
| 2018.06.01 | 按照要求提交策划案参加三创全国大学生电子商务大赛，以小组为单位收齐、提交策划案个人创作心得（电子版PDF版本）1份至老师邮箱，作为成绩参考。 |
| 2018.06.13 | 按照学校统一安排进行期末考试（开卷） |

【填写要求：应根据考核的要求详细写出如平时作业、期中考试、期末考试、小组项目作业提交等具体考试时间安排】

**六、考试诚信**

根据《三亚学院学生考试违纪和作弊的认定及处理办法》和《关于进一步加强考风建设的若干意见》，对于违纪和作弊行为给予相关处分，并处违纪、作弊课程记零分、直接重修；取消当年一切评奖、评优资格；学生干部免去其任职资格；进入诚信考试教育学习班学习。

**友情提示：**

1.符合办理缓考条件需申请缓考的同学，须在考试前五个工作日内提交相关材料，在课程开考当日和以后递交是无效的；

2.属下列情况之一者，课程需重修：

（1）课程考核不及格者；

（2）实验课缺做实验达1/3者；

（3）一门课程缺课的学时累计达到该门课程总学时的1/3者(获准课程免听者除外)。

**七、课程资源推荐**

【填写要求：应列出课程相关的优秀学习资源，如网站、APP等】

•课程相关的优秀学习资源：

中国电子商务研究中心：<http://www.100ec.cn>

亿邦动力网：<http://www.ebrun.com>

阿里研究院：<http://www.aliresearch.com>

中国国际电子商务网： <http://www.ec.com.cn/>

中国互联网协会：<http://www.isc.org.cn/>

中国互联网络信息中心 http://www.cnnic.net.cn/

**《公共关系学》课程大纲**

（Public Relations）

**课程性质：**专业核心课

**课程学分/学时：**2学分/32学时

**上课时间/教室：**星期一，12节/5西301

**开课学院：**管理学院

**教师姓名/职称：**管玉梅/副教授

**教师联系方式：** 13518868961/253124132@qq.com

**办公时间/地点（Office hours/Place）：**社科楼南207

**一、课程简介及目标**

公共关系是营销手段“ 4P”中的一种促销手段和工具，在营销促销领域中有着广泛的应用。通过本课程的学习，使学生掌握运作一场或系列公关活动的专业方法和专业技术，熟练运用公关这个促销工具来成功开展营销活动。培养学生互动导向和移动导向的营销思维方式，为相关的后继专业课程的学习奠定不可或缺的基础。

**二、课程资料及教学要求**

**使用教材：**《公共关系学》，管玉梅主编，机械工业出版社，2017年，30元，ISBN:9787111470175

**阅读书目（必读、选读）：**

**必读（全部阅读）：**

1．《公共关系学》（第五版），李道平，经济科学出版社，2014年，39.9元,ISBN：909787514145274

**选读（选读相关章节）：**

2．《公共关系理论、实务与技巧》，韩宝森，北京大学出版社, 2009年，30.0元,ISBN：9787301153451

3．《公共关系学》(第三版)，[张践](http://www.bookschina.com/Books/allbook/allauthor.asp?stype=author&sbook=张践" \t "_blank)，中国人民大学出版社， 2017年，39.0元，ISBN：9787300236636

4．《广告的没落 公关的崛起（修订版）》（美）里斯著，寿雯译，山西人民出版社，2009年，32.0元，ISBN：9787203064756

5．《新规则：用社会化媒体做营销和公关》（美）斯科特著，赵俐等译，机械工业出版社，2015年，46.3元， ISBN: 9787111483151

6．《卓越公共关系与传播管理》（美）格鲁尼格等著，卫五名等译，北京大学出版社，2008年，70.0元，ISBN：9787301132654

**教学要求：**

**教授及学习方法：**鉴于学生对纯概念和理论知识比较没兴趣，所以，每节课都会精心设计一些案例让学生思考和讨论，启发和引导学生多去思考，提高他们的思维力。多采用参与式教学，案例教学，讨论式教学等教学方式，多给学生留下进一步学习和思考的空间，在学生创造性思维的训练和培养方面多下功夫，从实际出发，教会学生掌握公关的系统理论知识和技能。

**学习要求：**学生需要每次课前做好经典书目阅读和教材内容预习、上网查找相关案例材料、做好学习笔记、按时提交平时作业、按时参加考核。本课程的理论以讲授为主，并加入大量的案例实证进行教学。学生的学习上，学生除了应配合教师的要求完成基本的教学，还应根据阅读目录，阅读大量的书籍和文献，书写阅读笔记。

**三、课程内容**

| **周次** | **时间** | **内容** | **课前阅读（必读、选读、页码范围）** | **携带材料** | **课堂测验与课后习题** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 第1周 | 3月5日 | 第1讲 绪论  1.公共关系是什么？  2.公共关系为什么？  3.公共关系怎么做？ | 阅读  1（ P1-43） | 教材 | 课堂讨论：通过北京举办08奥运会这一案例来说明公共关系的涵义和性质。 |
| 第2周 | 3月12日 | 第2讲 公共关系的产生与发展  1. 公共关系的渊源—古代公关认识和实践；  2. 公共关系的兴起—美国；  3. 公共关系的发展—世界、中国； | 阅读  1（ P48-69）  4（ P1-100） | 教材 | 课堂讨论：如果说，我们呼吸着的空气，是由氮气、氧气和公共关系组成的。 你赞成之句话吗？为什么？ |
| 第3周 | 3月19日 | 第3讲 公共关系的主体、机构及人员  1.公共关系的主体  2.公共关系的专业机构  3.公共关系的专业人员 | 阅读  1（ P73-121）  2（ P1-60） | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：国内外知名的公关专业机构及发展情况汇总。 |
| 第4周 | 3月26日 | 第4讲 公共关系的客体  1.公众定义及其特点；  2.公众的分类；  3.公共关系中几类重要的目标公众； | 阅读  1（ P124-137）  3（ P1-85） | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：不同类型的公关活动（学院奖春季选题）他们的公众对象都有谁？  课后习题：请为三亚学院列出一份10人的名流公众名单。 |
| 第5周 | 4月2日 | 第5讲 公共关系的互动过程  1.塑造形象；  2.传播管理；  3.协调关系； | 阅读  1（ P163-281）  6（ P1-200） | 教材 | 课堂讨论：对于一个刚创办不久的小企业，应选择何种传播方式、何种传播媒介，为什么? |
| 第6周 | 4月9日 | 第6讲 公共关系调查与策划  1.公共关系调查；  2.公共关系策划； | 阅读  1（ P329-384）  5（ P1-150） | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：不同类型的公关活动（学院奖春季选题）调查的重点各是什么？ |
| 第7周 | 4月16日 | 第7讲 公共关系实施与评估  1.公共关系实施；  2.公共关系评估； | 阅读  1（ P391-432）  5（ P151-300） | 教材 | 课后习题：不同类型的公关活动（学院奖春季选题） 完成其完整公共关系策划案。 |
| 第8周 | 4月23日 | 第8讲 公共关系语言艺术应用  1.语言和无声语言沟通传播技巧；  2.语言艺术在公共关系中的应用； | 阅读  2（ P61-150） | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：在与人进行沟通和交流的过程中，下列信息：姓名，性格，特点，职业目标，理想，家庭，为什么到你这里工作，学历，知识技能，工作经验，身体状况，精力．信仰，信用，道德，人际关系，朋友状况。(1)哪些是五分钟就可以了解到的?(2)那些是十分钟可以了解到的？(3)哪些是需要较长时间才可以了解到的？ |
| 第9周 | 4月30日 | 第9讲 公共关系写作应用  1.公共关系礼仪文书写作  2.公共关系形象传播文书写作 | 阅读  4（ P101-200） | 教材 | 课堂讨论：为什么说公共关系离不开公共关系文书写作？ |
| 第10周 | 5月7日 | 第10讲 公共关系专题活动  1.公关专题活动概述  2.记者招待会  3.展览会  4.赞助活动  5.庆典活动 | 阅读  3（ P86-150） | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：大家对于春节联欢晚会植入广告都比较排斥，但依然有厂商愿意去买春晚的广告席位，试举例谈谈你的看法。 |
| 第11周 | 5月14日 | 第11讲 绿色公关  1.绿色公关概述  2.绿色公关的发展现状  3.绿色公关的沟通传播策略与技巧 | 阅读  2（ P151-250） | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：如果你是一次性用品生产企业中的公关人员，如何通过“绿色公关”化解“白色污染”这一问题？ |
| 第12周 | 5月21日 | 第12讲 网络公关  1.网络公关概述  2.网络公关的主要手段  3.网络公关的传播过程、传播心理与传播技巧 | 搜集网络公关的经典案例并剖析 | 1．教材  2．讨论所需材料 | 课堂讨论：非法网络公关问题层出不穷，其大行其道之势也绝非偶然，请你试着分析非法网络公关出现的原因，并提出一些治理对策？  课堂讨论：网络公关的经典案例并剖析 |
| 第13周 | 5月28日 | 第13讲 危机公关  1.危机的类型和特征；  2.危机公关的原则；  3.危机公关的步骤； | 搜集危机公关的经典案例并剖析。 | 教材 | 课后习题：不同类型的危机公关案例分析评论。 |
| 第14周 | 6月4日 | 第14讲 公关礼仪  1.私人礼仪；  2.公共礼仪；  3.应酬礼仪； | 复习全部学习内容； | 教材 | 课后：复习全部学习内容； |
| 第15周 | 6月11日 | 期末考试 | 复习全部学习内容； | 1．教材；  2．学习资料； | 随堂考试 |

**四、课程考核**

【填写要求：应详细写出课程考核方式和形式（如笔试、口试、课程论文、考勤、课堂小测验、平时作业、小组项目、期中考试、期末考试等）的具体标准、要求及权重分布（各部分比例可自行设计），并对课程未完成作业的补救措施等方面进行说明。】

考勤 30 %

课堂表现 30%

期末考试 40%

............... 100 %

合计 100%

考核标准及要求：

1.考勤

严格按学校的要求考情，每一次课都坚持点名并做好记录。累计缺勤5次及以上不得参加期末考试，累计缺勤3-5次（包括3次，不包括5次）期末总成绩为不合格，2次迟到、早退、请假算一次缺勤。

2.课堂表现

课堂听讲的用心程度，回答问题的互动表现，课前阅读及小组任务的准备情况，统称为课堂表现。根据学生课堂表现的综合情况给分。

3. 期末考试

期末考核占总成绩的40%。期末考试采取开卷考核，坚持知识、能力全面考核，以能力为考核的重点。

**五、考试安排**

| **日期** | **具体安排** |
| --- | --- |
| 6月11日 | 期末考试：开卷考核  期末考试采取开卷考核。期末考核占总成绩的40% |

【填写要求：应根据考核的要求详细写出如平时作业、期中考试、期末考试、小组项目作业提交等具体考试时间安排】

**六、考试诚信**

根据《三亚学院学生考试违纪和作弊的认定及处理办法》和《关于进一步加强考风建设的若干意见》，对于违纪和作弊行为给予相关处分，并处违纪、作弊课程记零分、直接重修；取消当年一切评奖、评优资格；学生干部免去其任职资格；进入诚信考试教育学习班学习。

**友情提示：**

1.符合办理缓考条件需申请缓考的同学，须在考试前五个工作日内提交相关材料，在课程开考当日和以后递交是无效的；

2.属下列情况之一者，课程需重修：

（1）课程考核不及格者；

（2）实验课缺做实验达1/3者；

（3）一门课程缺课的学时累计达到该门课程总学时的1/3者(获准课程免听者除外)。

**七、课程资源推荐**

•课程相关的优秀学习资源：

1.[中国公关网](http://www.so.com/link?url=http%3A%2F%2Fwww.chinapr.com.cn%2F&q=%E5%85%AC%E5%85%B3%E7%BD%91%E7%AB%99&ts=1460727669&t=f6c0f14578c2c192cda625d06e715a7&src=haosou" \t "_blank) http://www.chinapr.com.cn/

2.[中国公关联盟](http://www.so.com/link?url=http%3A%2F%2Fwww.ggsjzzs.com%2F&q=%E5%85%AC%E5%85%B3%E7%BD%91%E7%AB%99&ts=1460727669&t=1ff318355aef9dcae0ad7e896dfddde&src=haosou" \t "_blank)<http://www.ggsjzzs.com/>

3.中国公关新闻网http://www.goguan.cn/

**《国际市场营销学》课程大纲**

（International marketing）

**课程性质：** 专业核心课

**课程学分/学时：**2学分/30学时

**上课时间/教室：** 周二3、4节/5西301

**开课学院：**管理学院

**教师姓名/职称：** 杨景鹏/讲师

**教师联系方式：**13637567621 febyang01@163.com

**Office hours/Place（办公时间/地点）：**每周一9:00-12:00，社科楼南207

**一、课程简介及目标**

按照学校的5种品质的对位，作为专业核心课，本课程要注重培养学生的专业方法和专业技术，并最终提高学生的职涯发展能力。市场营销专业方法和专业技术在本课程中包括国际营销环境扫描，国际市场调研方法，国际市场评估手段，国际市场营销组合策略等，这些专业方法和专业技术要通过具体章节内容的学习来确立。

《国际市场营销学》课程包括五个部分。第一部分导论，介绍国际营销学基本概念和有关理论；第二部分包括国际营销环境分析，涉及国际社会文化环境、国际政治法律环境以及国际营销信息系统和国际营销调研；第三部分国际营销战略，包括国际营销竞争策略和STP策略等内容；第四部分国际营销组合策略，涉及国际市场4P策略；最后一部分是国际营销组织和未来展望。

《国际市场营销学》是市场营销专业的一门重要的专业课。通过本课程的学习，学生应该掌握国际市场营销学基本原理与方法，培养分析和解决国际营销实际问题的能力，通过案例教学、课堂讨论以及翻转课堂等教学改革手段，使学生掌握具有一定的可操作性的实践技巧，掌握必备的专业方法和专业技术。学生通过学习，能够将所学的理论和知识，转化为对于企业国际营销具体问题的分析和解决能力，通过建立系统地分析问题的理论框架，培养对于实际问题系统分析的能力，以及使用有关分析工具的能力，最终体现在未来职业能力的提高。

**二、课程资料及教学要求**

**使用教材：**国际市场营销学，闫国庆主编，清华大学出版社，2013 定价：45 ISBN ：978-7-302-30156-1

**阅读书目（必读、选读）：**

**必读（全部阅读）：**

1. 国际市场营销学，闫国庆主编，清华大学出版社，2013 定价：45 ISBN ：978-7-302-30156-1

2.全球营销管理（第7版），沃伦·基坎，马克·格林，清华大学出版社，2007年。定价：58 ISBN：9787302088677

**选读（选读相关章节）**：

3.《国际市场营销案例》，刘铁明编著，经济科学出版社，2014年。定价：42 ISBN：9787514164367

4. 《一个广告人的自白》，大卫·奥格威，中信出版社，2010年。30元，ISBN：9787309090468

5. 《营销想象力》，西奥多·莱维特，机械工业出版社，2007年。定价：28.5 ISBN：9787111213994

6. 《竞争战略》，迈克尔·波特，华夏出版社，2005年。定价：60.7 ISBN： 9787508643465

7.《国际市场营销学》（第17版），菲利普·凯特奥拉，机械工业出版社，2017年。定价：99元ISBN：9787111574064

8. 《整合营销沟通》， 舒尔茨，[上海人民出版社](http://book.jd.com/publish/%E4%B8%8A%E6%B5%B7%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%87%BA%E7%89%88%E7%A4%BE_1.html" \t "_blank" \o "上海人民出版社)2006年。定价：22 ISBN： 9787208060395

**教学要求：**《国际市场营销学》的学习要求学生在学习基本理论和知识的基础上，培养对于企业或组织营销实际问题的系统分析和运用分析工具的能力。着这个过程中，学生应当对于教材课前预习和课后复习，还要及时阅读指定的参考书。课上要做好笔记，小组大作业4-5人一组，按指定要求按时完成相关内容。小组大作业的布置可以培养学生的沟通和团队合作能力，在这个解决真实问题的过程中，通过学生的参与，可以将所学的理论和知识，转化为实际分析和解决的能力。课堂测验和作业可以督促学生对于教材和参考书的阅读。测验结果计入总评成绩。课堂考勤和课堂讨论等计入总成绩。课程实验环节在实验中心操作，实验成绩也将计入总成绩。所以，学生的考核点，既包括对于平时每一章节的学习，还通过大作业，使学生具体分析和解决问题。

每次课前学生需要30-60分钟左右时间用来预习教材内容、阅读指定经典书目并撰写读书笔记，以及上网查阅资料等。课程结束后需要及时复习。团队大作业的时间需每周安排1-2次以上时间，以团队形式开展相关工作，每次时长保证1-2小时。

**三、课程内容**

| **周次** | **时间** | **内容** | **课前阅读** | **携带材料** | **课堂测验与课后习题** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | 3,6/3,4节 | 国际营销主要概念  1.1国际营销主要概念  1.2国际营销基本理论 | 1：P20-43  2： P1-32 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1.分析国际营销的特点  2.比较国际贸易与国际营销异同 |
| **2** | 3,13/3,4节 | 国际营销经济环境  2.1全球经济环境  2.2区域市场环境 | 1： P43-66  3： P1-23 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1.分析自贸区的优势。  2.分析目前国际贸易特点 |
| **3** | 3,20/3,4节 | 国际社会文化环境  3.1社会文化环境综合评价  3.2社会文化环境对国际营销的影响 | 1：P66-89  3：P24-45 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 分析上海迪斯尼乐园的社会文化的影响。 2. 如何理解不同文化环境对于国际市场影响 |
| **4** | 3,27/3,4节 | 国际政治法律环境  4.1国际政治环境  4.2国际法律环境 | 1：P89-102  2：p34-56 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 分析华为进军美国市场的主要障碍。 2. 如何理解西方国家不承认中国市场经济地位的举动。 |
| **5** | 4,3/3,4节 | 国际营销信息系统  5.1国际营销信息系统  5.2国际营销调查 | 1：P102-127  3： P44-69 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 国际营销信息系统包括哪些内容？ 2. 网络在国际营销调研的作用 |
| **6** | 4,10/3,4节 | 国际营销战略规划  6.1公司层次的战略  6.2国际营销战略规划过程 | 1：P127-142  登陆哈佛商业评论网 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1.分析吉利的国际营销战略  2.分析TCL国际化战略的得失 |
| **7** | 4,17/3,4节 | 国际营销竞争战略  7.1竞争分析  7.2竞争战略设计 | 1：P143-159  6：P34-67 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 如何分析竞争对手 2. 如何理解波特的竞争战略 |
| **8** | 4,24/3,4节 | 国际营销的市场细分和目标市场选择  8.1国际市场细分  8.2国际目标市场评估和选择  8.3进入国际市场方式 | 1： P159-177  3：，70-88 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1.分析海尔国际市场进入策略  2.分析小米进入印度市场的策略 |
| **9** | 5,1/3,4节 | 国际营销产品和定位  9.1产品国际差异化  9.2国际产品定位 | 1：P177-197  2：P202-235 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1分析国产茶叶如何在国际市场定位  2.举例说明国际市场产品差异化 |
| **10** | 5,8/3,4节 | 国际市场产品策略  10.1国际产品和品牌  10.2国际产品开发和寿命周期 | 1： P197-230  2：p240-267 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1.如何进行国际品牌开发  2.比较国际代工和自有品牌开发利弊 |
| **11** | 5,15/3,4节 | 国际市场价格策略  11.1国际定价影响因素  11.2国际定价策略 | 1：P230-259：  3：p100-121 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 举例说明国际定价影响因素   2.结合案例比较国际定价策略 |
| **12** | 5,22/3,4节 | 国际市场分销策略  12.1国际分销渠道  12.2国际分销渠道决策 | 1：P259-286  2：P272-285 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1.分析电子商务对于国际分销渠道的影响  2.分析苹果公司在中国的渠道策略 |
| **13** | 5,29/3,4节 | 国际市场促销策略  13.1国际广告和公共关系  13.2国际市场人员推销  13.2 国际市场销售促进 | 1：P286-323  4：P1-35 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 举例说明国际市场促销策略 2. 举例说明国际营销危机公关 |
| **14** | 6,5/3,4节 | 国际营销的组织和控制  14.1国际营销的组织  14.2国际营销的控制 | 1：P323-363  2：P300-327 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 国际营销组织类型有哪些？ 2. 国际营销控制的类型有哪些？ |
| **15** | 6,12/3,4节 | 国际营销的未来  国际市场新媒体营销  国际营销未来发展 | 1：P363-420 | **教材**  **阅读材料**  **笔记本** | 1. 举例说明国际市场新媒体营销案例 2. 预测国际营销未来趋势有哪些？ |

**备注：课前准备里的数字序号对应【必读、选读书目】所列出的数目序号。**

**四、课程考核**

课堂考勤 5%

课堂讨论 5%

团队大作业 20%

实验 20%

期末考试 50%

合计 100%

* 考核标准及要求：

1.考勤 ：每学期旷课3次及以上者没有考勤成绩。3次以内，第一次旷课扣1分，第二次旷课扣2分。

2.课堂讨论：每学期课堂讨论参与3次及以上者得满分5分。3次以内参与一次的得1分，参与两次的得3分。

3. .团队大作业：团队大作业成绩包括平时的团队大作业和最后的ppt演示成绩，占总成绩的20%。按作业完成质量给出成绩。

4实验：实验成绩包括实验出勤、实验过程和实验报告几个部分综合给出，占总成绩10%。3次没参与实验的，没有实验成绩。

5. 期末考试：期末考试为笔试，卷面成绩占总成绩50%。

**五、考试安排**

| **日期** | **具体安排** |
| --- | --- |
| 待定 | 整个学期按照课程学习安排布置3次平时作业 |
| 待定 | 按照学校统一安排进行期末考试 |

**六、考试诚信**

根据《三亚学院学生考试违纪和作弊的认定及处理办法》和《关于进一步加强考风建设的若干意见》，对于违纪和作弊行为给予相关处分，并处违纪、作弊课程记零分、直接重修；取消当年一切评奖、评优资格；学生干部免去其任职资格；进入诚信考试教育学习班学习。

**友情提示：**

1.符合办理缓考条件需申请缓考的同学，须在考试前五个工作日内提交相关材料，在课程开考当日和以后递交是无效的；

2.属下列情况之一者，课程需重修：

（1）课程考核不及格者；

（2）实验课缺做实验达1/3者；

（3）一门课程缺课的学时累计达到该门课程总学时的1/3者(获准课程免听者除外)。

**七、课程资源推荐**

•课程相关的优秀学习资源：

慕课资源

1.美国麻省理工学院公开课

2.哈佛大学公开课

3.斯坦福大学公开课

4.大陆和台湾地区等高校慕课资源