

《市场营销学》课程教学大纲

第一部分 大纲说明

一、课程的性质和开设的目的

《市场营销学》是国家开放大学金融专业（本科）的选修课程。本课程 4 学分，计 72 学时。本课程紧抓“营销”这一关键词，讲解市场营销的基本理论和方法，并将理论与实践结合，帮助学员更深刻的认识市场营销。

二、课程的总体教学要求

通过《市场营销学》课程的教学，学生应掌握以下知识点：

- 1.全面掌握市场营销学的基本理论；
- 2.全面掌握市场营销的相关方法；
- 3.全面掌握市场营销的实战技巧。

三、教学方法与教学形式

1.实现多平台、全网络化教学，学生进行课前预习，并配备课后习题以巩固，全过程痕迹化管理。同时做好考核安排，以备进行教学评估。

2.注意案例分析。教学过程中以教材内容为理论脉络，适当增加一些案例，通过案例来加深理论的理解。

3.鼓励师生之间、同学之间通过网络、圈子等双向、多向交流，提倡使用圈子进行课堂讨论。

4.提倡学生适当到各类金融机构、保险机构进行实习、调研，将课堂、书本上的理论知识转化为实践，并通过实践来补充课堂或书本的不足。

第二部分 教学内容

一、教材推荐

《市场营销学》（梁文玲），国际标准书号 ISBN：9787300265308。

本书从营销理念、购买行为、营销战略、营销沟通多层面阐释数字化时代对市场营销的深刻影响，以及企业的战略与策略应对。结合营销实例，着重培养读者对市场营销基础理论、基本方法的理解，在此基础上，特别关注市场营销实战

技巧的应用能力。

二、课程简介

本课程从市场营销的概念出发，对市场营销展开了全面的解读。学员通过本课程的学习，可以掌握营销的基本原理、内部环境和外部环境、主体行为、预测与决策、各项基本策略以及各种不同分销渠道及其所涉及的营销战术等。对营销知识体系全面理解后，学员可以更深刻的理解市场，科学营销。

三、课程目录

市场营销学

第一章 营销及其市场

- 保险营销定义及特征
- 保险营销理念及市场
- 保险营销的主体与客体
- 保险营销的对象与需求
- 保险目标市场选择
- 保险营销的机会与威胁
- 保险营销的内外部环境

第二章 营销策略

- 投保心理分析
- 投保行为分析
- 营销调研、预测与决策
- 保险产品与保险产品组合
- 产品组合与生命周期策略
- 保险费率策略
- 新险种开发策略

第三章 营销方式

- 保险分销渠道

保险人员促销

保险广告与公关促销

保险电话销售

保险网络销售

第四章 营销实战

营销是一种智慧

智慧营销案例讲解

营销感受之快捷感

营销感受之专业感

营销感受之安全感

营销是心理学范畴

营销是一种价值观