**《市场营销策划》课程标准**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 适用专业 | 市场营销 | 修读学期 | 第4学期 | 制订时间 | | 2019.12 | |
| 课程代码 |  | 课程学时 | 64 | 课程学分 | | 4 | |
| 课程类型 | B类 | 课程性质 | 必修课 | 课程类别 | | 专业核心课程 | |
| 对应职业资格证或内容 | | 营销从业资格证 | | | | | |
| 合作开发企业 | | 南充格瑞商用空调销售有限公司 | | | | | |
| 执笔人 | 郑屹立 | 合作者 | 袁军 | | 审核人 | | 盛强 |

注：1.课程类型（单一选项）：A类（纯理论课）/ B类（理论＋实践）/ C类（纯实践课）

2.课程性质（单一选项）：必修课/专业选修课/公共选修课

3.课程类别（单一选项）：专业通识课/专业核心课程（含职业拓展课）

4.合作者：须是行业企业人员

**一、课程定位**

《市场营销策划》是市场营销专业为培养营销岗位（群）职业能力所开设的一门专业核心基础课程。本课程通过对营销职业最基本的职业活动和工作过程的介绍及技能训练，使学生初步了解营销工作环境和职业道德，认识营销策划工作一般流程，理解营销策划要素、整合的基本原理，熟练掌握策划方案的制定能力，为后续专业课程学习奠定扎实的基础。

该课程在市场营销类专业整个课程体系中占有重要地位。对学生后续专业核心课程的学习、营销职业理想的树立、营销从业资格的考取、营销职业判断能力和职业发展能力的形成等都将起着至关重要的作用。

前修课程为：市场营销

后续课程为：《连锁经营与管理》、《客户关系管理》、《商务谈判和推销》等。

**二、课程设计思路**

以学生为中心，以培养学生职业能力为重点，根据就业导向和高职应用型人才培养规格的要求，采用以职业任务和行动过程为导向的工作过程系统化学习课程模式。

打破以知识传授为主要特征的传统学科课程体系，在对营销岗位的典型职业工作进行项目、任务与职业能力分析的基础上，考虑到学生对后续市场营销专业课程学习的需要以及未来就业的岗位（群），遵循“任务驱动、项目导向，基于营销策划工作过程”的职业教育理念，采用工作过程系统化的课程开发技术。选择“了解企业及营销策划工作组织；认知营销策划目标；划分营销策划要素，建立营销整合的基本原理，熟练掌握策划方案的制定能力，结合高职学生的特点、认识规律和职业成长规律，由浅入深，由易到难，循序渐进地安排和组织教学内容。

理论知识的选取紧紧围绕项目任务完成的需要来进行，重视对学生职业能力的训练和培养。让学生在完成任务中学习，掌握营销策划的营销策划基础知识和基本技能，增强课程内容与职业岗位能力要求的融合性，培养学生的综合素质和可持续发展能力。

教学中，应摒弃传统以教师为主体的灌输式教学方法，积极采用以教师为主导、学生为主体、营销策划工作任务为导向的教学方法，在工作任务引领下以情景模拟、角色互换、分组，讨论等形式展开教学，使学生在做中学，注重学生方法能力、社会能力、专业能力的培养和提高，并给学生提供一种拓展能力的空间。

**三、课程学习目标**

**（一）专业能力**

1、具有开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力。

2、具有开展营销活动、进行营销策划的能力。

3、具有营销策略综合运用的能力。

4、培养学生基本能力（学习能力、语言能力、信息能力、实践能力）、专业能力和发展能力（如整合能力、创新能力、管理能力）等。

**（二）方法能力**

1．具有终身学习以胜任变化环境下新的营销工作的能力；

2．能通过各种学习资源查找所需要的信息；

3．具有办公自动化、运用网络媒介的信息处理能力。

**（三）社会能力**

1．具有较强的语言表达、营销职业沟通和协调能力；

2．具有团队合作和协作精神；

3．具有良好的心理素质、礼仪修养、诚信品格和社会责任感；

4．具有根据工作目标和任务，开展社会调查的能力；

5．具有踏实肯干的工作作风和主动、热情、耐心的服务意识。

**四、课程典型工作任务**

**价格策划**

**环境分析与调研**

**认知营销**

**策划**

**制定营销**

**策划书**

**渠道策划**

**产品策划**

**促销策划**

**五、课程整体设计**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **学习单元名称** | **学习性工作任务或项目名称** | **学时分配** |
| 1 | 营销策划认知 | 项目一 营销策划概述  项目二 营销策划的原则，方法以及创意，  项目三 创意与营销策划  项目四 策划业的历史和现状 | 6 |
| 2 | 营销环境分析与营销策划 | 项目一 营销策划主题  项目二 营销环境分析 | 6 |
| 3 | 营销策划书 | 项目一 营销策划书概述  项目二 营销策划书的结构和内容  项目三 营销策划书的撰写方法和技巧 | 10 |
| 4 | 市场营销调研策划 | 项目一 市场营销调研策划概述  项目二 市场营销调研策划的程序和设计  项目三 市场营销预测策划 | 8 |
| 5 | 目标市场营销战略策划 | 项目一 市场细分策划  项目二 目标市场选择策划  项目三 市场定位策划 | 10 |
| 6 | 产品策划 | 项目一 新产品开发与上市策划  项目二 品牌与包装策划  项目三 产品服务策划 | 4 |
| 7 | 价格策划 | 项目一 价格策划概述  项目二 企业定价策划  项目三 企业调价策划 | 6 |
| 8 | 分销渠道策划 | 项目一 分销渠道策划概述  项目二 分销渠道建设策划  项目三 分销渠道管理策划 | 6 |
| 9 | 促销策划 | 项目一 广告策划  项目二 公共关系策划  项目三 营业推广策划 | 4 |
| 10 | 会展策划 | 项目一 会展策划概述  项目二 会展策划  项目三 会议活动策划 | 6 |
| 课程学习总学时 | | —— | 64 |

**六、课程学习单元内容与要求**

学习单元名称：营销策划认知

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1. 目标：了解营销策划 2. 具体任务：   （1）了解营销策划的发展。  （2）掌握营销策划的定义、特点及作用。   1. 活动设计：以“大堡礁招聘护礁人”为案例引开营销策划的话题 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、案例法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元重点在学习了营销策划特点的基础上和教师的引导下，让学生自行归纳营销策划的作用，最后教师再点评。  本学习单元难点是如何结合市场进行营销创意。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.任务驱动；  3.分析讨论 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 网上搜集3-5家不同企业的营销策划 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、单元测试。 | | | |
| **学习单元设计** | **拟实现的能力目标** | **必须掌握的知识内容** | | **学时** |
| 项目一 营销策划概述 | N1.1能够描述营销策划的分类  N1.2能够描述营销策划方作用 | Z1.1了解销策划的分类  Z1.2了解营销策划作用 | | 1 |
| 项目二 营销策划的原则，方法以及程序 | N1.1能够描述营销策划的原则  N1.2能够描述营销策划方法以及创意 | Z1.1了解销策划的原则  Z1.2了解营销策划方法  Z1.3了解营销策划程序 | | 2 |
| 项目三 创意与营销策划 | N3.1能够正确描述创意内容及要求 | Z3.1了解创意组织形式  Z3.2创意组织位的要求 | | 2 |
| 项目四 策划业的历史和现状 | N4.1能够梳理出策划业的历史和现状 | Z4.1掌握策划业的历史和现状 | | 1 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 6 |

学习单元名称：营销环境分析与营销策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：认知营销环境分析与营销策划  2.具体任务：  （1）了解策划主题鉴定的程序  （2）掌握营销环境分析的方法  （3）掌握SWOT分析法  3.活动设计：企业如何开展进行营销环境分析？ | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、案例法、讨论法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是理解策划主题鉴定的程序，掌握营销环境分析的方法。  本学习单元学习难点是掌握SWOT分析法。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.任务驱动；  3.分析讨论 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、单元测试。 | | | |
| **学习单元设计** | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | **学时** |
| 项目一 营销策划主题 | N1.1 能够简要营销策划主题的产生和发展  N1.2 能够简要复述营销策划主题鉴定的程序 | Z1.1了解营销策划主题的分类  Z1.2理解营销策划主题鉴定的程序 | | 3 |
| 项目二 营销环境分析 | N2.1 营销环境分析的方法  N2.2 SWOT分析法的运用 | Z2.1营销环境分析的方法 | | 3 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 6 |

学习单元名称：营销策划书

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：营销策划书的撰写  2.具体任务：  （1）掌握营销策划书的结构和撰写方法  （2）能够针对不同的营销对象撰写营销策划书  （3）了解不同企业和不同产品的营销策划书方法撰写方法和技巧。  3.活动设计：评价案例中营销策划书的优缺点 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、案例法、讨论法、 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是掌握针对不同的营销对象撰写营销策划书  本学习单元学习难点是针对不同的营销对象撰写营销策划书 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.案例导入  2.讲解与分析；  3.分析讨论 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、单元实训测试。 | | | |
| **学习单元设计** | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | **学时** |
| 项目一   营销策划书概述 | N1.1能够正确区分营销策划书要素 | Z1.1掌握营销策划书的定义、特征  Z1.2掌握营销策划书的分类 | | 2 |
| 项目二  营销策划书的结构和内容 | N2.1能够正确复述营销策划书的结构  N2.2能够正确描述营销策划书的内容 | Z2.1掌握营销策划书的结构  Z2.2掌握营销策划书的内容 | | 4 |
| 项目三  营销策划书的撰写方法和技巧 | N3.1能够正确描述营销策划书的撰写方法  N3.1能够正确描述营销策划书的技巧 | Z3.1了解营销策划书的撰写方法  Z3.2掌握营销策划书的技巧 | | 4 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 10 |

学习单元名称：市场营销调研策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：能够开展市场营销调研策划  2.具体任务：  （1）掌握市场营销调研策划的基本内容。  （2）能够灵活预测方法进行营销预测策划  3.活动设计：提供格力公司市场营销调研策划方案，让学生有直观认识。 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、案例法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点市场营销调研策划的基本内容  本学习单元学习难点是预测方法进行营销预测策划 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.案例导入  2.讲解与分析；  3.分析讨论 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、单元实训测试。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | 学时 |
| 项目一 调研策划概述 | N1.1能对会市场营销调研策划的分类  N1.2能初步掌握市场营销调研策划 | Z1.1了解市场营销调研策划的分类  Z1.2了解市场营销调研策划 | | 2 |
| 项目二 调研策划的程序和设计 | N2.1能对市场营销调研策划的程序和设计具体运用 | Z2.1了解市场营销调研策划的程序  Z2.2掌握市场营销调研策划的设计 | | 2 |
| 项目三 预测策划 | N3.1能初步掌握市场营销预测策划的方法 | Z3.1了解市场营销预测策划的方法 | | 4 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 8 |

学习单元名称：目标市场营销战略策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：目标市场营销战略策划设计  2.具体任务：  （1）能运用相关策略对企业进行市场细分  （2）能够灵活运用相关知识对目标市场选择和定位  3.活动设计：设计一个产品目标市场定位策划 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、案例法、演示法、 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点能运用相关策略对企业进行市场细分。  本学习单元学习难点是运用相关知识对目标市场选择和定位 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.案例导入  2.讲解与分析  3.分析讨论  4.归纳总结 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 回顾前面已讲授的关于企业经济活动的相关知识。 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、单元实训测试。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | 学时 |
| 项目一 市场细分策划 | N1.1能够正确认识市场细分策划 | Z1.1了解市场细分策划的方法  Z1.2掌握市场细分策划的分类 | | 2 |
| 项目二 目标市场选择策划 | N2.1能够正确认识目标市场选择策划  N2.2能够正确认识目标市场选择策划的方法 | Z2.1了解目标市场选择策划  Z2.2掌握目标市场选择策划的方法 | | 4 |
| 项目三 市场定位策划 | N3.1能够正确目标市场市场定位 | Z3.1了解目标市场市场定位  Z3.2掌握目标市场市场定位的方法 | | 4 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 10 |

学习单元名称：产品策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：能够开展市场营销产品策划  2.具体任务：  （1）能运用相关策略对企业进行市场产品策划  （2）能够灵活运用相关知识对企业进行市场新产品策划  3.活动设计：设计一个服务产品策划 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、演示法、案例法、 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是对企业进行市场新产品策划  本学习单元学习难点是进行市场新产品策划的方法。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.学生自己动手操作  3.分析讨论  4.工作效果评价 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、可视化成果。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | 学时 |
| 项目一 新产品开发与上市策划 | N1.1能够初步掌握新产品开发程序 | Z1.1了解新产品的概念与作用  Z1.2熟悉新产品开发程序 | | 2 |
| 项目二 品牌与包装策划 | N2.1能够初步掌握品牌设计  N2.2能够初步掌握包装设计 | Z2.1掌握品牌设计要求  Z2.2掌握包装设计要求 | | 1 |
| 项目三 产品服务策划 | N3.1能够初步掌握产品服务策划 | Z3.1掌握产品服务策划要求  Z3.2掌握产品服务策划方法 | | 1 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 4 |

学习单元名称：价格策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：能够开展市场营销价格策划  2.具体任务：  （1）能运用相关策略对企业进行市场产价格策划  （2）能够灵活运用相关知识对企业进行市场新产品价格策划  3.活动设计：设计一个产品价格策划 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、演示法、案例法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是对企业进行市场新产品价格策划  本学习单元学习难点是进行市场新产品价格策划的方法。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.学生自己动手操作  3.分析讨论  4.工作效果评价 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、可视化成果。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | **学时** |
| 项目一 价格策划概述 | N1.1能够认知价格策划 | Z1.1了解价格策划的概念与作用  Z1.2掌握价格策划的种类 | | 2 |
| 项目二 企业定价策划 | N2.1能够初步掌握企业定价的方法  N2.2能够初步掌握企业定价的步骤 | Z2.1掌握企业定价的方法  Z2.2掌握企业定价的步骤 | | 2 |
| 项目三 企业调价策划 | N3.1能够正确进行企业调价策划 | Z3.1掌握企业调价的方法 | | 2 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 6 |

学习单元名称：分销渠道策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：能够开展市场营销分销渠道策划  2.具体任务：  （1）能运用相关策略对企业进行市场产品分销渠道策划  （2）能够灵活运用相关知识对企业进行市场分销渠道策划  3.活动设计：设计一个产品分销渠道策划 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、案例法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是对企业进行市场新产品分销渠道策划  本学习单元学习难点是进行市场分销渠道策划的方法。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.学生自己动手操作  3.分析讨论  4.工作效果评价 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、单元实训测试。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | **学时** |
| 项目一 分销渠道策划概述 | N1.1能够正确认知分销渠道策划 | Z1.1了解分销渠道策划种类  Z1.2了解分销渠道策划程序 | | 3 |
| 项目二  分销渠道建设策划 | N2.1能够对分销渠道建设策划 | Z2.1掌握分销渠道建设策划意义  Z2.2掌握分销渠道建设策划方法 | | 3 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 6 |

学习单元名称：促销策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：能够开展市场营销促销策划  2.具体任务：  （1）能运用相关策略对企业进行市场产品促销策划  （2）能够灵活运用相关知识对企业进行市场促销策划  3.活动设计：设计一个产品促销策划 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、案例法、分组实践法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是对企业进行市场新产品促销策划  本学习单元学习难点是进行市场产品促销策划的方法。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.学生自己动手操作  3.分析讨论 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、可视化成果、单元实训测试。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | 学时 |
| 项目一 广告策划 | N1.1能够正确认知广告策划 | Z1.1了解广告策划的含义及意义  Z1.2了解广告策划的种类 | | 1 |
| 项目二 公共关系策划 | N2.1能够熟练运用公共关系策划 | Z1.1了解公共关系策划的含义及意义  Z1.2了解公共关系策划的种类 | | 1 |
| 项目三 营业推广策划 | N2.1能够熟练运用营业推广策划 | Z1.1了解营业推广策划的含义及意义  Z1.2了解营业推广策划的种类 | | 2 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 4 |

学习单元名称：会展策划

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学习性工作任务或项目 | 1.目标：能够开展市场营销会展策划  2.具体任务：  （1）能运用相关策略对企业进行市场产品会展策划  （2）能够灵活运用相关知识对企业进行市场会展策划  3.活动设计：设计一个产品会展策划 | | 载体或活动 | |
| 多媒体教学课件 | |
| 本学习单元学习方法建议 | 讲授法、讨论法、案例法 | | | |
| 本学习单元学习重点与难点 | 本学习单元学习重点是对企业进行市场新产品会展策划  本学习单元学习难点是进行市场产品会展策划的方法。 | | | |
| 本学习单元组织实施建议 | 1.讲解与分析；  2.任务驱动；  3.分析讨论 | | | |
| 本学习单元学习场地与设施建议 | 多媒体教室 | | | |
| 本学习单元学生学习知识与技能准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学生学习素材准备 | 无 | | | |
| 本学习单元学习考核与评价 | 课堂提问、作业、可视化成果、单元实训测试。 | | | |
| 学习单元设计 | 拟实现的能力目标 | 必须掌握的知识内容 | | 学时 |
| 项目一会展策划概述 | N1.1能够正确认知会展策划 | Z1.1了解会展策划的含义及意义  Z1.2了解广告策划的种类 | | 2 |
| 项目二会展策划 | N2.1能够熟练运用会展策划 | Z1.1了解会展策划的含义及意义  Z1.2了解公共关系策划的种类 | | 2 |
| 项目三会议活动策划 | N2.1能够熟练运用会展策划 | Z1.1了解会展策划的含义及意义  Z1.2了解会展策划的种类 | | 2 |
| 本学习单元学时小计 | | | | 6 |

**七、课程考核与评价**

|  |
| --- |
|  |

**1．期末考核评价及方式**

主要遵循以能力考核为核心，以形成性考核为主的课程评价指导思想。期末以闭卷笔试结合平时成绩的方式来进行，闭卷笔试成绩占70%，平时成绩占30%。期末试卷主要以单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、案例分析题等突出实际操作能力的题型为主。平时成绩主要以出勤、课堂纪律、课外活动、课堂提问、平时测试、可视化成果的展示、代表发言等为主。

**2．教学过程评价**

（1）教学评价的标准应体现任务引领型课程的特征，体现理论与实践的统一，突出过程评价与阶段（以工作任务模块为阶段）评价，结合课堂提问、训练活动、阶段测验等进行综合评价。

（2）强调目标与评价和理论与实践目标一体化评价，教学评价的对象包括学生知识的掌握、学习态度和基本职业素质等情况，引导学生在理解的基础上进行记忆，对所要达到的目标完成情况进行评价。

（3）教学过程性考核注重学生平时学习态度、课堂纪律、基本职业素养的养成教育，注重学生动手能力与分析、解决问题的能力，对在学习和应用上有创新的学生应在评定时给予鼓励。

**学生学习成绩评价与考核表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **评价项目** | **评价内容** | **评价形式** | **权重（%）** | **分值** |
| 过程性评价 | 工作态度 | 出勤、课堂纪律、课堂发言 | 10 | 10 |
| 学习单元评价综合 | 理论作业 | 10 | 10 |
| 可视化成果的展示 | 学生提交的工作成果 | 10 | 10 |
| 结果性评价 | 期末考试 | 试卷测试成绩 | 70 | 70 |
| 合计 |  | | 100 | 100 |

**八、教材及相关资源**

**（一）教材及相关资源开发建议**

**1．教材的选用**

（1）突出高职高专培养应用型人才的特点，选择内容全面、注重培养学生实践能力、实训内容与会计实务相衔接的具有仿真性教材。

（2）突出典型工作任务和营销工作过程的实用性教材。

（3）体现最新营销工作过程的前沿教材。

根据以上原则，本课程建议选用如下教材和配套资料：

（1）教材：《营销策划》（高等职业教育“十二五”创新型规划教材），董芳主编，西南财经大学出版社，2014年8月；

（2）参考书目：《市场营销策划》（高等职业教育“十二五”创新型规划教材），李伟主编，四川大学出版社，2014年12月。

**2．教案的编写**

教案设计上提倡按照项目来设计，按照工作任务来设计，体现学生主体，教师主导地位，注重多种教学方法的运用。同时注重教学案例的搜集，典型案例的运用，教案的编写要务实。

**3．资源的开发与使用**

（1）开发电子教学课件和编写实训教材；

（2）网络资源（包括网络实训平台）的开发和运用，充分运用[营销策划实训软件](http://172.16.199.170:8080/)；

（3）充分利用校内实训室和校外教学实习基地。

**（二）教学条件配备建议**

**1. 教学师资配备建议**

专任教师应必备本科及以上学历，从事市场营销专业教学并有一定实践经验的教师，在教学中善于采用新的教学理念，发挥学生主体，教师主导作用，驾驭课堂教学，教学中注重行动导向教学方法的运用，注重学生能力本位的理念，能采用多媒体课件进行课堂教学，指导学生实践有一定的方法。

兼职教师要求：本科及以上学历，讲师，具有良好的营销策划职业道德，实践经验丰富，能进行营销策划工作任务的示范教学，在教学中能较好地指导学生实践活动。

**2．实践教学条件**

（1）实训场所：有营销策划职业认知的软硬件环境。

（2）有进行基本技能训练的营销策划软件网络环境的计算机房。