



市场营销特色专业建设研究

田 莉 余呈先 主编



Research on the Specialty Construction of Marketing

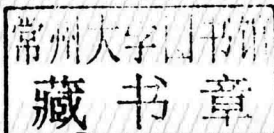
中国科学技术大学出版社

安徽省教育厅省级质量工程项目“市场营销特色专业建设”（2014tszy022）成果



市场营销特色专业建设研究

田 莉 余呈先 主编



中国科学技术大学出版社

内 容 简 介

本书是安庆师范大学市场营销特色专业建设的经验总结,是市场营销特色专业建设团队对安徽省教育厅质量工程项目建设成果的甄选与梳理,同时吸纳团队在科学研究方面取得的成果。本书共分市场营销特色专业建设基础、市场营销特色专业教研成果、市场营销特色专业科研成果、市场营销专业服务社会成果、市场营销专业赛事优秀作品等5篇,具体内容涉及特色专业人才培养的各个方面,如专业培养方案、教学方法创新、创新创业专业训练成果展示、教材体系建设、教师队伍建设等。

本书可供市场营销专业以及高等教育相关专业学生、教育教学工作者、教学管理人员参考与使用。

图书在版编目(CIP)数据

市场营销特色专业建设研究/田莉,余呈先主编. —合肥:中国科学技术大学出版社,2018.1

ISBN 978-7-312-04339-0

I. 市… II. ①田…②余… III. 高等学校—市场营销学—学科建设—研究
IV. F713.50-40

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 258150 号

出版 中国科学技术大学出版社
安徽省合肥市金寨路 96 号,230026
<http://press.ustc.edu.cn>
<http://zgkxjsdxcb.tmall.com>
印刷 合肥华苑印刷包装有限公司
发行 中国科学技术大学出版社
经销 全国新华书店
开本 710 mm×1000 mm 1/16
印张 12.25
字数 254 千
版次 2018 年 1 月第 1 版
印次 2018 年 1 月第 1 次印刷
定价 42.00 元

前 言

市场营销专业主要培养具备管理、经济、法律、市场营销等方面的知识和能力,能在企业、事业单位及政府部门从事市场营销与管理或教学、科研方面工作的工商管理学科专门人才。本专业学生主要学习市场营销及工商管理方面的基本理论和基本知识,接受营销方法及技巧方面的基本训练,具有分析和解决营销问题的基本能力。毕业生应具备以下6个方面的知识和能力:掌握管理学、经济学和现代市场营销的基本理论、基本知识;掌握市场营销的定性、定量分析方法;有较强的语言与文字表达、人际沟通及分析和解决营销实际问题的基本能力;熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规,了解国际市场营销的惯例和规则;了解本学科的理论前沿及发展动态;掌握文献检索、资料查询的基本方法,具有一定的科学研究和实际工作能力。

随着我国市场经济的发展和完善,特别是信息技术、互联网技术和物联网技术的发展,市场营销的环境也在不断变化,从而对市场营销专业提出了更高的要求。中国的1000多所高校,基本上每所学校都开设了市场营销专业,加上高职高专院校,市场营销专业的学生就更多。在这样的时代背景下,建设有特色的市场营销专业,既是社会的需求,也是高校市场营销专业发展的要求。

安庆师范大学的市场营销专业成立时间早、培养人才多、服务社会广,特别是随着该专业的建设被立项成为安徽省教育厅质量工程特色专业项目,专业发展取得了一定的成就。本书是对安庆师范大学市场营销专业建设的经验总结,是市场营销特色专业建设团队对安徽省教育厅质量工程项目建设成果的甄选与梳理,同时吸纳了团队在科学研究方面取得的成果。本书共包括市场营销特色专业建设基础、市场营销特色专业教研成果、市场营销特色专业科研成果、市场营销专业服务社会成果、市场营销专业赛事优秀作品5篇内容。每篇都包含师生取得的成果,具体内容涉及特色专业人才培养的各个方面,如专业培养方案、教学方法创

新、创新创业专业训练成果展示、教材体系建设、教师队伍建设等。在专业建设过程中有效协同第一课堂(课堂教学)、第二课堂(课外活动)、第三课堂(实践教学)和第四课堂(网络课堂及其成果),真正推进理论和实践相结合,初步实现了经典理论和新常态、新环境的融合,凝练学科专业新特点,突出专业新特色。

第一篇为市场营销特色专业建设基础,主要描述专业的发展路径,介绍新修订的专业培养方案等。第二篇为市场营销特色专业教研成果,编辑出版了8本教材,如《服务营销与管理》、“现代物流市场营销系列教材”等,教师发表教研论文30余篇。第三篇为市场营销特色科研成果。在特色专业建设期间,教师主持国家社会科学基金项目2项、国家自然科学基金项目1项、省部级课题10余项,出版专著10部,发表学术论文200余篇,可喜的是本专业的学生(含研究生与本科生)也发表了一些学术论文,本篇摘编了部分论文。第四篇为市场营销专业服务社会成果。近年来,该专业加强与政府部门、企业、事业单位的横向联系,做了大量规划、培训、经济与管理咨询工作。如安庆市发改委委托项目——“十二五”“十三五”规划,安庆市高新区委托项目——安庆市战略性新兴产业发展基地申报,安庆市发改委委托项目——安庆市大观老工业区整体搬迁改造实施方案,安庆市物价局及安庆市生活垃圾处理费征收管理处联合委托项目——安庆市生活垃圾处理费在水费中代征的可行性调查,安庆市科技局——安庆市完善党管人才工作机制研究,安庆市文广新局——安庆市文化志愿者队伍建设研究,安庆市住房公积金中心——安庆市房地产市场运营情况分析,中国人民解放军4812厂——除涂机具器材零库存设计方案,安庆市邮政局物流改革设计等。本篇选编了部分报告。第五篇为市场营销专业赛事优秀作品。市场营销专业学生参加各种赛事,如每年举办一次市场营销策划大赛、创业模拟大赛,参加挑战杯等国家级或省级赛事,获得各类奖项30余项。本篇选择了有代表性的两项作品。

本书汇编过程中,对收录的文献做了一定的删减,对英文翻译、参考文献或者一些计量分析的图表等进行了删减,但是文章的主要观点没有删减。由于编者水平有限,加上时间仓促,书中难免挂一漏万,不足之处敬请广大读者批评指正。

编者

2017年2月

目 录

前言	(i)
第一篇 市场营销特色专业建设基础	(1)
市场营销专业人才培养方案	(3)
市场营销专业建设规划	(15)
第二篇 市场营销特色专业教研成果	(27)
市场营销专业应用型人才培养若干问题的思考	(28)
市场营销专业竞争力提升的策略	(32)
市场营销专业教学中案例教学法的应用探讨	(37)
国际市场营销双语教学改革的实践与思考	(41)
网络营销课程实训体系构建的动因、需求和模式选择	(46)
情景模拟教学法与应用性课程教学改革研究 ——以商务谈判情景模拟教学实践为例	(51)
论实验教学法在地方高师院校西方经济学课堂教学中的应用	(57)
世界经济危机下高校市场营销专业教学模式的再思考	(60)
基于创新能力培养四维度的课堂教学方式与提问策略	(63)
创业教育对大学生创业效果的影响分析	(69)
创新创业能力培养与大学生就业指导	(73)
对实施 ERP 沙盘模拟教学的几点探讨	(77)
第三篇 市场营销特色专业科研成果	(81)
捆绑销售如何提升顾客感知价值	(82)
城市营销与城市可持续发展实证分析	(85)
我国中小微企业聚集发展的问题与对策	(90)
中国零售企业私人品牌战略的实施条件	(97)
第四篇 市场营销专业服务社会成果	(100)
关于安庆市生活垃圾产生量与用水消费量折算系数的调查报告	(101)
新能源汽车核心基础零部件产业集聚发展基地实施方案(建议稿)	(110)

体验营销的内涵、原则及其应用	(135)
互联网时代的新型营销工具——微信营销	(146)
第五篇 市场营销专业赛事优秀作品	(159)
娃哈哈 AD 钙奶营销——以整个饮品市场为策划对象	(160)
速猴校园商业策划书	(173)

第一篇 市场营销特色专业建设基础

市场营销(本科)专业,培养具备市场营销、工商管理以及相关经济、法律等方面的知识和能力,能在企事业单位及政府部门从事市场营销与管理、教学、科研方面工作的能力强、素质高、富有创新精神的复合型、应用型专门人才。主干课程有管理学、西方经济学、市场营销学、会计学、财务管理、消费者行为学、管理信息系统、市场调查与预测、电子商务、国际市场营销、商务谈判、广告学、销售管理、营销策划、营销战略管理、物流管理、国际贸易实务等。学制4年。

本专业学生主要学习市场营销及工商管理方面的基本理论和基本知识,接受营销方法与技巧方面的基本训练,具有分析和解决营销问题的基本能力。

毕业生应具备以下几方面的知识和能力:

(1) 掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识。

(2) 掌握市场营销的定性、定量分析方法。

(3) 具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力。

(4) 熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规及了解国际市场营销的惯例和规则。

(5) 了解本学科的理论前沿及发展动态。

(6) 掌握文献检索、资料查询的基本方法,具有一定的科学研究和实际工作能力。

市场营销专业是安庆师范大学经济与管理学院最早开设的专业,早在1993年为适应我国经济发展,就在政治与法经学院开设了市场经济学选修课,培养了一批

能够开设市场营销相关课程的教师,2002年开始招收市场营销专业本科生,同时招收全日制市场营销专业的专科生和成人教育的市场营销专业的专科生。截至2015年10月1日,已为社会培养输送人才约1800人,目前市场营销专业在校学生160人,其中全日制本科生140人、成教生(含本专科生)20人。除公共课教师外,还有25名教师为市场营销专业学生授课,市场营销教研室教师100%具有副教授以上职称。

市场营销专业人才培养方案

田 莉

一、培养目标与基本要求

(一) 培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济需要,德智体全面发展,具备工商管理、市场营销等方面的知识和能力,富有社会责任感、创新精神和实践能力,能在企事业单位、政府部门及社会组织中从事市场营销管理及相关工作的高素质应用型专业人才。

(二) 培养要求

本专业学生应具备以下几个方面的知识、素质和能力:

- (1) 全面掌握现代市场营销学、管理学、经济学的基本理论、基本知识。
- (2) 熟练掌握市场营销管理的工作技能与方法,能够发现、分析和有效解决市场营销中的实际问题。
- (3) 具有较强的语言与文字表达、市场研究能力、商务沟通能力、营销决策能力、学习和创新能力以及科学研究能力。
- (4) 熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规及了解国际市场营销的惯例和规则。
- (5) 了解本学科的理论前沿及发展动态。
- (6) 掌握一门外语,具有较强的听、说、读、写、译能力,具备一定的阅读本专业外文资料的能力。
- (7) 掌握文献检索的基本方法,具备独立从事科研的基本能力。

二、主干学科

工商管理、经济学。

三、主要课程

管理学、微观经济学、宏观经济学、统计学原理及 SPSS 应用、会计学原理、财务管理、市场营销学、经济法、消费者行为学、市场调查与预测、国际贸易实务、物流管理、销售管理、营销策划、网络营销、国际市场营销等。

四、主要实践教学环节

入学教育、学生读书活动、社会调查、生产劳动、安全教育、心理健康教育、学生研究性学习等综合素质教育、市场营销实务模拟、专业实践、毕业论文(设计)、专业实习、就业指导和毕业教育等。

五、修业年限

标准学制:4年。弹性学制:3~6年。

六、授予学位

管理学学士。

七、学分要求

本专业学生须修满 178 学分方可取得毕业资格,其中课堂教学 137 学分,实践课 41 学分。

(一) 课堂教学学分要求

(1) 公共课(包括思想政治理论课、公共基础课、文化素质教育课)需修满 51 学分。其中思想政治课、公共基础课由学校统一设置,确定开课单位,统一规定课程学分和学时及必须达到的最低学分要求;文化素质教育课程开设科学、人文、艺术 3 个系列,要求学生至少修满 8 学分。

(2) 专业课分为专业基础课和专业拓展课,共 86 学分。专业基础课包括该专业必须修读的学科基础课和规定的专业主干课程,修满 54 学分;专业拓展课是为进一步扩充和强化学生专业知识、适应学生个性化学习和未来就业需要而设置的课程,须根据自身条件,在教师指导下选修不同的课程模块,修满 32 学分。

(二) 集中实践教学环节学分要求

(1) 军训 2 周,1 学分。

(2) 军事理论,2 学分。

(3) 安全教育,0.5 学分。

(4) 读书活动,2 学分。

(5) 社会调查,1 学分。

(6) 生产劳动,2 学分。

(7) 素质拓展(社团活动、社会实践与志愿服务、职业技能鉴定、文体艺术活动、普通话),至少 3.5 学分。

(8) 专业实践,1 学分。

(9) 入学、毕业教育,1 学分。

(10) 毕业实习,19 学分。

(11) 毕业论文(设计),8 学分(专业赛事院级一等奖第一作者,校级一、二等奖第一作者,省级一、二、三等奖第一、二作者;大学生挑战杯校级一、二等奖第一作者,省级一、二、三等奖第一、二作者;国际级一、二、三等奖第一、二、三作者;公开发表学术论文 4 000 字以上(第一作者)、专业案例研究 8 000 字以上(第一作者)、专业调研报告 8 000 字以上(第一作者);8 000 字学术论文)。

(12) 自主创新学习,如发表学术论文、科技创新大赛获奖、学科竞赛、职业技能比赛获奖等,获省级以上奖励一次,获 0.5 学分。此学分可替代毕业论文(设计)或部分专业拓展课学分。

八、课程结构表

(一) 课程性质结构表

课程性质结构表如表 1.1 所示。

表 1.1 课程性质结构表

课程性质	学时数	比例	学分数	比例
必修课	1 671	72.81%	138	77.53%
选修课	624	27.19%	40	22.47%
合计	2 295	100%	178	100%

(二) 课程类别结构表

课程类别结构表如表 1.2 所示。

表 1.2 课程类别结构表

课程类别		学时数	比例	学分数	比例
公共课	思想政治理论课	238	10.37%	16	8.99%
	公共基础课	542	23.62%	27	15.17%
	文化素质教育课	120	5.23%	8	4.49%
专业课	专业基础课	891	38.82%	54	30.35%
	专业拓展课	504	21.96%	32	17.97%
集中实践教学环节				41	23.03%
合计		2295	100%	178	100%

九、教学时间安排总表

教学时间安排总表如表 1.3 所示。

表 1.3 教学时间安排总表

项目 \ 学期 \ 学年	一		二		三		四		合计
	1	2	3	4	5	6	7	8	周数
课堂教学	14	17	17	17	16	17	8		106
复习考试	2	2	2	2	2	2	1		13
军训(军事理论、安全教育)	2								2
社会调查		(1)		(1)		(1)			(3)
生产劳动		1	1						2
机动	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	4
毕业实习							10	9	19
毕业论文(设计)						(5)	(5)	8	8+(10)
入学、毕业教育	0.5	(0.5)	(0.5)		(0.5)		(0.5)	0.5	1+(2)
专业技能训练	(1)	(1)	(1)	(1)	1	(1)			1+(5)
总周数	19	20.5	20.5	19.5	19.5	19.5	19.5	18	156

十、教学计划安排表

(一) 公共课教学计划表

公共课教学计划表如表 1.4 所示。

表 1.4 公共课教学计划表

课程类别	课程编号	课程名称	一		二		三		四		学分	总学时		课程性质	考核方式	开课单位
			1	2	3	4	5	6	7	8		讲课	实验或实践			
思想政治理论课	14110001	马克思主义基本原理		3							3	51		必修	考试	政法学院
	14110002	思想道德修养与法律基础	4								3	51		必修	考试	
	14110003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			4						6	68	34	必修	考试	
	14110004	中国近现代史纲要				2					2	34		必修	考试	
	14210005	当代世界经济与政治		2							2	34		选修	考查	
	14110006-14110011	形势与政策(1-6)	每学期安排 2~3 次,统一安排在三下午,采用专题讲座等形式开课									2		必修	考查	
公共基础课	11110001	体育(1)	2								1	28		必修	考试	体育学院
	11110002	体育(2)		2							1	34		必修	考试	
	11110003	体育(3)			2						1	34		必修	考试	
	11110004	体育(4)				2					1	34		必修	考试	
	02110001	大学英语(1)	5								4	68		必修	考试	外国语学院
	02110002	大学英语(2)		4							4	68		必修	考试	
	02110003	大学英语(3)			4						4	68		必修	考试	
	02110004	大学英语(4)				4					4	68		必修		

续表

课程类别	课程编号	课程名称	一		二		三		四		学分	总学时		课程性质	考核方式	开课单位
			1	2	3	4	5	6	7	8		讲课	实验或实践			
公共基础课	07110001	计算机基础		2+2							3	34	34	必修	考试	计算机与信息学院
	65110001	大学生职业发展与就业指导(1)		3							1	19		必修	考试	招生就业处
	65110002	大学生职业发展与就业指导(2)						3			1	19		必修	考试	
	10110001	大学生心理健康教育	3									34		必修	考试	教育学院

(二) 专业课教学计划表

专业课教学计划表如表 1.5 所示。

表 1.5 专业课教学计划表

课程类别	课程编号	课程名称	一		二		三		四		学分	总学时		课程性质	考核方式	开课单位
			1	2	3	4	5	6	7	8		讲课	实验或实践			
专业基础课	06110005	高等数学	5								4	70		必修	考试	数学与计算科学学院
	06110007	线性代数		2							2	34		必修	考试	
	06110010	概率论与数理统计			3						3	51		必修	考试	

续表

课程类别	课程编号	课程名称	一		二		三		四		学分	总学时		课程性质	考核方式	开课单位
			1	2	3	4	5	6	7	8		讲课	实验或实践			
专业基础课	15210011	管理学原理 (Management)	4								3	56		必修	考试	经济与管理学院
	15210058	社会主义市场 经济专题 (Symposium on Socialist Market Economy)	2								2	30	4	必修	考查	
	15210013	微观经济学 (Microeconomics)		4							4	68		必修	考试	
	15210014	宏观经济学 (Macroeconomics)			3						3	51		必修	考试	
	15210059	市场营销学 (Marketing)			4						4	64	4	必修	考试	
	15210051	会计学原理 (Accounting)		3							3	45	6	必修	考试	
	15210054	财务管理 (Financial Management)				3					3	45	6	必修	考试	
	15210060	消费者行为学 (Consumer Be- havior Theory)				3					3	47	4	必修	考试	
	03210015	经济法 (Eco- nomic Law)			3						3	51		必修	考试	政法学院
	15210020	统计学原理及 SPSS 的应用 (Principle of Statistics and SPSS Applica- tion)				3					3	42	9	必修	考试	经济与管理学院
	15210061	市场调查与预 测 (Market Research and Prediction)				3					3	45	6	必修	考试	

续表

课程类别	课程编号	课程名称	一		二		三		四		学分	总学时		课程性质	考核方式	开课单位
			1	2	3	4	5	6	7	8		讲课	实验或实践			
专业基础课	15210062	服务营销管理 (Services Marketing Management)					3				3	51		必修	考试	经济与管理学院
	15210063	国际市场营销 (International Marketing)					3				3	51		必修	考试	
	15210064	网络营销 (Network Marketing)					3				3	39	12	必修	考试	
专业拓展课	15310038	营销战略管理 (Strategic Marketing Management)★					3				3	51		选修	考试	经济与管理学院
	15310039	营销策划 (Marketing Planning)★					2				2	30	4	选修	考查	
	15310040	物流管理 (Logistics Management)★						3			3	45	6	选修	考试	
	15310041	国际贸易实务 (International Trade Practice) (双语)★						3			3	42	9	选修	考试	
	15310042	广告理论与实务 (Theory and Practice of Advertising)★						2			2	30	4	选修	考查	
	15310043	销售管理★ (Sales Management)						2			2	34		选修	考查	