

山东省职业教育精品资源共享课 申报书

课 程 名 称 _____ 《市场营销理论与实务》 _____

课 程 类 型 _____ 专业核心课 _____

所属专业大类名称 _____ 财经商贸大类 _____

所属专业类名称 _____ 工商管理类 _____

所属专业名称（专业课填写） _____ 市场营销专业 _____

牵头学校（盖章） _____ 日照职业技术学院 _____

中职所属市教育局（盖章） _____

联 合 单 位 _____ 日照中瑞集团 _____

课 程 负 责 人 _____ 李玲 _____

申 报 日 期 _____

山东省教育厅 制

填写要求

一、以 word 文档格式如实填写各项。

二、表格文本中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。

三、有可能涉密和不宜大范围公开的内容不可作为申报内容填写。

四、课程团队的每个成员都须在“2. 课程团队”表格中签字。

五、“8. 承诺与责任”需要课程负责人签字，课程建设牵头学校盖章。

1. 课程负责人情况

基本情况	姓名	李玲	性别	女	出生年月	1983.10																																																		
	最终学历	研究生	专业技术职务	讲师	手机	18863302829																																																		
	学位	硕士	职业资格证书	高级营销师	传真																																																			
	所在院系及专业	商学院 市场营销专业			电子邮箱	Lilian831006@163.com																																																		
	通信地址(邮编)	日照市烟台北路 16 号日照职业技术学院商学院 (276826)																																																						
	主讲课程及研究方向	《市场营销理论与实务》、《消费者行为学》、《国际市场营销》等市场营销及管理方向																																																						
工作简历	<table border="1"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>时间</th> <th>单位</th> <th>岗位/职责</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>2008 年至今</td> <td>日照职业技术学院</td> <td>商学院教师, 教育教学与管理</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2015.7-2015.8</td> <td>日照可意食品有限公司</td> <td>营销部专员, 营销策划</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>2016.7-2015.8</td> <td>日照金玫花生食品有限公司</td> <td>营销部专员, 营销部品牌推广、市场调研等</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>2017.7-2017.8</td> <td>日照可意食品有限公司</td> <td>营销部专员, 食品类产品促销策划</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>2019.1-2019.6</td> <td>日照中瑞国际集团</td> <td>营销部专员, 房产营销策划</td> </tr> </tbody> </table>						序号	时间	单位	岗位/职责	1	2008 年至今	日照职业技术学院	商学院教师, 教育教学与管理	2	2015.7-2015.8	日照可意食品有限公司	营销部专员, 营销策划	3	2016.7-2015.8	日照金玫花生食品有限公司	营销部专员, 营销部品牌推广、市场调研等	4	2017.7-2017.8	日照可意食品有限公司	营销部专员, 食品类产品促销策划	5	2019.1-2019.6	日照中瑞国际集团	营销部专员, 房产营销策划																										
	序号	时间	单位	岗位/职责																																																				
	1	2008 年至今	日照职业技术学院	商学院教师, 教育教学与管理																																																				
	2	2015.7-2015.8	日照可意食品有限公司	营销部专员, 营销策划																																																				
	3	2016.7-2015.8	日照金玫花生食品有限公司	营销部专员, 营销部品牌推广、市场调研等																																																				
	4	2017.7-2017.8	日照可意食品有限公司	营销部专员, 食品类产品促销策划																																																				
5	2019.1-2019.6	日照中瑞国际集团	营销部专员, 房产营销策划																																																					
教学情况	(1) 近五年承担的教学任务																																																							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>学期</th> <th>课程</th> <th>专业</th> <th>学生人数</th> <th>学时</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014-2015 (1)</td> <td>国际市场营销</td> <td>市场营销</td> <td>132</td> <td>144</td> </tr> <tr> <td>2014-2015 (2)</td> <td>市场营销理论与实务</td> <td>市场营销</td> <td>156</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>2015-2016 (1)</td> <td>消费者行为学</td> <td>市场营销</td> <td>156</td> <td>144</td> </tr> <tr> <td>2015-2016 (2)</td> <td>市场营销理论与实务</td> <td>市场营销</td> <td>143</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>2016-2017 (1)</td> <td>消费者行为学</td> <td>市场营销</td> <td>143</td> <td>144</td> </tr> <tr> <td>2016-2017 (2)</td> <td>市场营销理论与实务</td> <td>市场营销</td> <td>148</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>2017-2018 (1)</td> <td>消费者行为学</td> <td>市场营销</td> <td>148</td> <td>144</td> </tr> <tr> <td>2017-2018 (2)</td> <td>市场营销理论与实务</td> <td>市场营销</td> <td>140</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>2018-2019 (1)</td> <td>消费者行为学</td> <td>市场营销</td> <td>140</td> <td>144</td> </tr> </tbody> </table>						学期	课程	专业	学生人数	学时	2014-2015 (1)	国际市场营销	市场营销	132	144	2014-2015 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	156	128	2015-2016 (1)	消费者行为学	市场营销	156	144	2015-2016 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	143	128	2016-2017 (1)	消费者行为学	市场营销	143	144	2016-2017 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	148	128	2017-2018 (1)	消费者行为学	市场营销	148	144	2017-2018 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	140	128	2018-2019 (1)	消费者行为学	市场营销	140	144
	学期	课程	专业	学生人数	学时																																																			
	2014-2015 (1)	国际市场营销	市场营销	132	144																																																			
	2014-2015 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	156	128																																																			
	2015-2016 (1)	消费者行为学	市场营销	156	144																																																			
	2015-2016 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	143	128																																																			
	2016-2017 (1)	消费者行为学	市场营销	143	144																																																			
	2016-2017 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	148	128																																																			
	2017-2018 (1)	消费者行为学	市场营销	148	144																																																			
2017-2018 (2)	市场营销理论与实务	市场营销	140	128																																																				
2018-2019 (1)	消费者行为学	市场营销	140	144																																																				

2018-2019(2)	市场营销理论与实务	市场营销	136	128
合计			1442	1360

(2) 近五年以来的教学研究

类别	项目名称	时间	立项、出版单位/本人位次
教研项目	《市场营销理论与实务》立项为校级精品在线开放课程	2018.10	日照职业技术学院
	《依托营销平台, 助推以“四类人群、三结合、双融通”为特色的课程育人实践》获山东省省级教学成果奖特等奖	2018.04	山东省省级教学成果奖评审委员会
论文	Urban-rural Disparity:an Obstacle to Expanding Consumer Demand	2010.12	2010 Conference on Labor Science and Actuarial Science
	运动服装品牌营销 PEST 分析与营销策略研究	2015.06	商场现代化
	山东农产品绿色营销现状及市场定位研究	2015.11	中国集体经济
	高端农产品营销策略研究	2016.04	全国商情
	企业自媒体营销对大学生购买决策的影响研究	2016.05	新媒体研究
	微信营销对品牌建设影响研究	2016.08	电子商务
	高职《市场营销理论与实务》案例教学研究	2017.11	科技经济导刊

(3) 近五年以来的教学表彰与奖励

序号	项目	负责人	奖项来源	时间
1	山东省第四届青年教师教学比赛二等奖《市场营销理论与实务》	李玲	山东省教育厅、山东省总工会	2017.06
2	日照职业技术学院青年教师讲课比赛二等奖	李玲	日照职业技术学院	2015.12
3	日照职业技术学院青年教师讲课比赛一等奖	李玲	日照职业技术学院	2016.12
4	日照职业技术学院课堂教学优秀奖	李玲	日照职业技术学院	2016.01

	5	嘉奖奖励	李玲	日照市人力资源和社会保障局、日照职业技术学院	2016.04
	6	优秀共产党员	李玲	中共日照职业技术学院委员会	2016.06
	7	嘉奖奖励	李玲	日照市人力资源和社会保障局、日照职业技术学院	2017.04
技术服务	(1) 近五年以来承担的技术开发、技术服务				
	序号	时间	服务单位		服务内容
	1	2018	日照中瑞国际集团		品牌推广
	2	2017	日照可意食品有限公司		营销项目规划
	3	2016	日照可意食品有限公司		促销活动策划
	4	2015	日照金玫花生食品有限公司		市场调研
	(2) 近五年以来承担的科研项目				
序号	项目名称	负责人	立项批准部门	时间	
1	山东省统计科研重点研究课题《大数据背景下基层农业统计调查工作研究》	李玲	山东省统计局	2017.11	
2	院级课题《市场营销理论与实务》“学做思创”新型教学模式探索——以商学院“五征”班为例	李玲	日照职业技术学院	2015.11	
3	大数据背景下电商企业的精准营销研究	李玲	日照市社会科学界联合会	2019.04	

2. 课程团队

团队成员 (含 兼职 教师)	姓名	性别	出生年月	专业技术职务	职业资格证书	专业领域	建设分工	兼职教师在行业企业中所任职务	签字
	李玲	女	1983.10	讲师	高级营销师	市场营销	课程设计 资源开发		
	田秀政	男	1989.03	助教	高级物流师	工商管理	资源开发 课程实施		
	朱亚萍	女	1981.09	助教	国际商务单证员	商务英语	课程资源 建设		
	费秀婧	女	1983.07	助教	职业核心能力测评师	公共管理	辅助教学 课程设计		

刘琼	女	1981.02	讲师	高级营销师	市场营销	辅助教学 课程设计		
张学芳	女	1981.01	讲师	单证员	商务英语	辅助教学 课程设计		
朱世梅	女	1982.12	讲师	中级物流师	商务英语	辅助教学 课程设计		
张鹏	男	1980.02	高级营销师	高级营销师	营销管理	企业案例 开发	日照中瑞国际集团营销部经理	
焦玉芬	女	1981.06	高级人力资源管理师	高级人力资源管理师	人力资源	企业案例 开发	日照中瑞国际集团人力资源部经理	
梅在香	女	1982.05	营销师	营销师	营销管理	企业案例 开发	日照可意食品有限公司营销部经理	

团队优势与特点

1. 课程团队组成及结构特点

《市场营销理论与实务》课程团队由专业带头人、骨干教师、青年教师和行业企业专家团队组成，是一支职称、学历层次高，知识结构、年龄结构合理，教学经验丰富，专兼结合的双师素质优秀、双师结构科学的课程团队。

(1) 课程负责人：课程负责人拥有国际贸易、英语双学士学位，英国巴斯大学市场营销专业硕士学位，具有 10 余年中、英文市场营销相关教育教学工作经历和 5 次以上的企业实践经历，2014 年参加丹麦尼尔斯布鲁克哥本哈根商学院国际合作项目教师教学技能提升培训，2016 年参加台湾建国科技大学联合办学骨干教师发展理念和实践研习会，并在国内接受多次信息化教学培训，教学经验丰富，主讲的《市场营销理论与实务》课程获得山东省青年教师讲课比赛二等奖，近年来带领团队在人才培养模式改革、课程建设和社会服务能力提升等方面均取得了显著成绩。

(2) 双师结构：该团队拥有专兼职教师 10 人，其中专任教师 7 人。专任教师每年企业顶岗锻炼 60 天以上，有 3 人在企业从事工作 5 年以上“，双师”型教师的比例为 100%。兼职教师均是来自企业的技术权威，具有丰富的市场营销及管理经验，在本区域的相关行业具有较高的影响力。

(3) 职称结构：该团队专任教师中讲师 3 人，助教 4 人；兼职教师中全部具有中高级职称。

(4) 学历结构：课程团队 10 人，其中硕士 3 人，学士 7 人，涉及市场营销、商务英语、人力资源管理等专业，学历结构较为科学，覆盖课程所涉及到的知识领域和技术层面，

有利于课程设计、资源开发和课程实施。

(5) **学缘结构:** 课程团队学缘来自国内外 8 所院校, 包括英国巴斯大学、山东大学、东北财经大学等, 团队成员可以互为补充, 发挥不同背景下的集聚效应, 在课程实施中能够兼顾素质与能力并重, 实现现代教育技术与高职课程的有效结合, 并实现对社会开放。

2. 近五年以来的教学改革、教学研究成果

类别	项目名称	时间	来源单位 (出版物)
教学改革 教研成果	《市场营销策划与实务》国家精品资源共享课	2016	教育部
	《营销策划实训》全国职业院校信息化教学大赛一等奖	2012	教育部
	山东省信息化教学大赛 (二等奖 A 类现场竞技类)	2016	山东省教育厅
论文教材	运动服装品牌营销 PEST 分析与营销策略研究	2015. 06	商场现代化 (独立作者)
	山东农产品绿色营销现状及市场定位研究	2015. 11	中国集体经济 (独立作者)
	高端农产品营销策略研究	2016. 04	全国商情 (独立作者)
	企业自媒体营销对大学生购买决策的影响研究	2016. 05	新媒体研究 (独立作者)
	微信营销对品牌建设影响研究	2016. 08	电子商务 (独立作者)
	高职《市场营销理论与实务》案例教学研究	2017. 11	科技经济导刊 (独立作者)

3. 解决的问题

(1) 课程方面, “模拟公司” 创设多角色情境一线到底, 实现 “知行结合”

打破原有课程的内容知识体系, 改革市场营销课程教学体系, “模拟公司” 创设多角色情境一线到底, 优化教学方法。深入探索情境教学法、任务驱动教学法、案例教学法、自主探究教学法等诸多具备较强实用性、针对性和适用性特点的教学方法, 将市场营销教学教出亮点、教出特色、教出成效。

(2) 信息化教学方面, “互联网+教学” 模式构建网络教学平台课程

《市场营销理论与实务》网络教学平台是依托学校提供的网络教学平台搭建的, 专兼结合团队共同开发, 初步建立了教学资源库, 教学资源包括课程介绍、课程标准、教学日历、教学计划、授课视频、教学课件、校本教材、拓展视频、答疑讨论、课堂任务、在线

测试、问卷调查等，方便学生自主学习。

(3) 教学效果方面，“翻转课堂”等课程资源建设、学习促进了师生共同成长

《市场营销理论与实务》课程在开发和建设过程中，翻转课堂教学模式倡导的是先学后教，学生自主学习，由原来的被动接受知识转变为主动探究知识。

3. 建设基础与成效

3.1 课程建设沿革

(1) 初设期：强调就业导向阶段，初步完成了课程的“职业化”设计实施（2004-2008 年）。2004 年，《市场营销理论与实务》课程开设，教师需要根据市场人才需求特点，针对高职学生职业能力培养问题，对教学内容实现层次性划分。

(2) 发展期：校企合作开发课程阶段，进一步明确职业能力培养需求（2009-2013 年）。与亚太森博浆纸（山东）有限公司等企业合作开发课程，明确了市场营销的知识点、岗位技能点等各种职业技术能力和职业关键能力，设置了多个情境和案例。

(3) 成熟期：项目化课程阶段，顺利完成课程的执教能力设计与测评（2014-2015 年）。根据商务与管理专业群的岗位需求，将市场营销贯穿于一个大项目之中。在大项目下分出具体的项目情境，情境下设任务，以任务为驱动，与未来工作岗位相结合，体现“做中学”，激发学生学习兴趣，注重培养学生多方面的能力。2015 年，《市场营销实务》成为日照职业技术学院第一批课堂教学优秀奖课程。

(4) 共享期：资源共享课程阶段，用“互联网+”理念建设网络平台课程（2016 年至今）。以网站为基础实施混合式教学，教师根据学生在线学习情况，完善课堂教学设计；根据学生的实际水平制定翻转课堂任务单，并发布到教学平台，学生提前准备资料，以备课堂教学使用。在翻转课堂教学任务设计中，注重培养学生的实用写作能力、写作思维能力、语言表达能力、团队合作能力、解决问题的能力等。

3.2 课程平台建设

2017 年，团队成员根据山东省教育厅《关于启动职业教育精品资源共享课程建设的通知》（鲁教职字[2016]37 号）文件精神 and 《山东省职业教育精品资源共享课程建设指南与技术规范》，对课程进行了进一步的整改与建设，着手建设《市场营销理论与实务》网络在线教学平台。学生可以通过电脑、平板、手机等随时随地进行学习，不再拘囿于学校和课堂时间。互联网上也有许多优质的应用文写作的教学资源，教师可提供链接网址，也可以下载来供学生学习。2017 年，本课程获得校级青年教师讲课比赛一等奖，山东省青年教师教学比赛二等奖。

3.3 课程资源建设

课程团队已完成《市场营销理论与实务》校本教材、课程标准、教学设计等顶层设计；利用 Focusky 动画演示大师、PPT 美化大师等软件制作了大量的视频、动画、卡片、挂图等课程资源，丰富多样。已经建成课程介绍、课程标准、教学日历、教学计划、授课视频、教学课件、实践任务单、拓展视频、案例分析、课堂训练、技能训练、同步练习等 1000 余项课程资源。

序号	课程资源名称	课程资源形式	预计数量	已开发数量
1	课程介绍	文本、PPT	2	1
2	课程标准	文本、PPT	2	2
3	授课计划	文本	1	1
4	整体设计	文本、PPT、视频	3	3
5	单元设计	文本	38	38
6	教学日历	文本	1	1
7	课程导学	文本、PPT	2	1
8	考核标准	文本	1	1
9	学习目标	文本	38	38
10	重点难点	文本	38	38
11	参考资料	文本	18	8
12	知识解析	视频	63	63
13	操作演示	视频	403	92
14	纠错更正	视频	62	31
15	教学动画	Flash	15	2
16	教案	文本	38	38
17	业务流程图	图片	42	14
18	实训指导	文本	38	38
19	任务工单	文本	38	38
20	测试题（答案）	文本	38	38
21	学生作品	文本、图片	80	45
22	新闻资讯	文本、视频	16	10
23	名家论坛	文本、视频	30	6
24	素材库	图片、视频、Flash	360	150
25	行业规范、标准	文本、图片	25	15
26	企业案例	文本、PPT、视频	30	6

4. 建设目标、思路及规划

4.1 建设目标

4.1.1 总体目标：

践行“德技并修”育人机制，遵循“互联网+教学”理念，构建按照市场营销岗位能力递进和学习者学习进程进行结构化课程设计的框架，开发涵盖市场营销基本知识点和岗位基本技能点的层级制、类型性、碎片化、立体化教学资源。通过优质课程资源的共享共用，满足教师灵活搭建课程和学生自主学习的需求，实现线上+线下混合式教学。

4.1.2 具体目标：

(1) **课程设计：**校企合作，结合营销岗位标准，确定知识、能力和素质目标，坚持“德智共育”，全面提升学生职业能力、人文素质和职业素养。

(2) **资源开发：**遵循“互联网+教学”理念，充分运用现代信息技术，有针对性地开发建设资源。拟开发高质量的基本资源 800 个，拓展资源 400 个。

(3) **教学模式：**重视学生在校学习与实际工作的一致性，应用项目教学、案例教学、工作过程导向教学，使用角色扮演、情境教学法等，强化信息化教学设计和教学实施，充分、合理运用信息技术、数字资源和信息化教学环境，系统优化教学过程，借助网络资源、移动终端等实践基于网络教学平台的混合式教学模式。

(4) **内容选取与组织：**按照胜任营销岗位实际工作任务需要的知识、能力、素质要求和职业资格标准，选取分析营销环境、分析消费者行为、设计顾客驱动型营销战略、制定产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略等典型工作流程，设计课程结构，实现以“用”促学，边“用”边学，并为学生可持续发展奠定良好的基础。

(5) **共享共用：**积极邀请行业企业专家、其他院校专家、学生共同参与课程建设，以碎片化的素材资源为基础，共享共用课程资源，便于学生、教师和社会学习者浏览、下载、链接和使用，提升资源使用效率。

4.2 建设思路

以对学生营销职业能力的培养为主线，以“就职模拟企业-山东文正衣服股份有限公司营销部”为总情境，“德智共育”，增强学生的职业能力和商务素养，校企合作进行课程开发与资源建设，实现共建、共享、共用。

1. 基于工作过程设计、开发课程

立足营销能力培养，依据营销岗位要求、职业发展，重构课程体系；依据市场营销典型工作流程，设置9个学习、工作项目，遴选38个项目任务，按照团队和个人成长规律序化教学内容和开发课程资源。

2. 突出课程的职业性、实践性和开放性。

借助大量经典营销案例，理解营销概念，储备营销知识；通过技能训练实训作业，实践营销活动，修炼营销技能；利用主题讨论与团队互评，领悟营销内涵，提高营销素质。

3. 建设“即插式”碎片化课程资源 1200 个，奠定共建、共享、共用基础

以满足教师灵活搭建课程和学生自主学习的需求为驱动，以碎片化的素材为基础，课程资源的格式主要包括文档、图片、视频、PPT、动画和表格等形式，同时根据具体教学模块和教学单元设计，选择灵活多样的资源格式，提高教学效果和学习效果。

4. 应用“互联网+教学”理念，实施基于网络在线教学平台的混合式教学模式

将“线上”教学与“线下”面对面课堂进行一体化设计，利用信息化教学手段，应用在线自主学习、在线同步练习、在线质量监控、线下深度学习等方式，积极开展在线学习与课程教学相结合、翻转课堂等教学模式改革，以满足学习者按照不同的学习方式和学习路径进行自主学习，形成线上自主学习和线下师生合作研讨的教学模式。

4.3 建设规划

2016 年以来，课程团队成员按照精品资源共享课程建设文件要求，对《市场营销理论与实务》进行了设计与建设，逐步开通并实施了网络课程教学，建成了网络在线教学平台课程 (http://course.rzpt.cn/front/kc.js.php?course_id=249)，加强了校内实训条件的建设，增加了课程实训，提高了教学质量。目前课程已经在学院内部实现共享，作为市场营销专业的专业核心课程及国际贸易、工商企业管理、物流管理、电子商务专业的专业基础课为商学院学生学习提供资源，同时也为其他学生和社会人员学习市场营销提供共享资源。为进一步适应新时代对高职教育的要求，做到真正的共建、共享与共用，同时也是课程自身建设的需求，建设规划如下：

1. 校企合作进行毕业生跟踪调研，优化课程设计，完善已有课程资源（2016.10-2019.06）

分析跟踪调研报告，优化课程设计，对课程内容、教学方法、教学模式等进行完善。制定统一模板，对

课件、单元设计等已开发的资源进行进一步优化，并根据专兼团队人员优势特长，进行任务分工，完善已有课程资源。

2. 完善资源，总结效果，开发第二批课程资源（2019.7-2019.9）

该阶段主要对已建设资源进行重新审核并更新，并启动开发第二批课程资源，重点是拓展资源的建设。根据网络在线教学平台和实际教学效果的反馈，对原有课程资源进行更新完善，提高视频、动画的案例开发等级和针对性。

3. 线下翻转课堂教学效果测评，更新资源并完成第二批资源的上传（2019.10-2019.12）

根据线下翻转课堂教学效果测评，依照市场营销职业发展新趋势，更新课程资源的内容；对第二批资源进行审核，确保质量的基础上进行资源的上传。

4. 完善资源，校企合作，开发第三批课程资源（2020.1-2020.6）

该阶段主要对已建设资源进行重新审核并更新，并启动开发第三批课程资源，重点是学生技能提升部分，开发各类视频、动画、PPT、文本及配套教材等资源；拓展资源全部建设完成，重点开发企业案例库、行业标准规范等课程资源，网络在线教学平台在课程开发合作企业使用，提高企业的运行效益。

5. 更新资源并完成第三批资源的汇总、审核和上传（2020.7-2020.9）

整理汇总课程全部已建成资源，根据资源清单查漏补缺。课程团队成员根据任务分工，对所负责资源进行再次自审、互审，完成资源的终审工作，完成第三批课程资源的上传，所有课程资源开发完成并实现网络共享。

4.3.6 网络教学平台及课程资源维护与更新

课程资源按预期计划全部建设完成并上传完毕后，结合课程共享后的线上线下反馈意见，制定详细可行的三年发展规划，团队主要成员负责课程网站定期维护和更新，丰富课程资源，确保资源更新率每年不低于10%，保证网站运行。依托《商务应用文写作》网络平台，开展社会服务，出版相关教材和研究成果，实现更好的共建、共享与共用。

5. 建设内容

5.1 课程设计

5.1.1 课程定位

（1）基本信息

课程名称：市场营销理论与实务

课程性质：市场营销专业核心课

国际贸易、工商企业管理、物流管理、电子商务等商科专业必修课程

学生对象：高职市场营销专业学生

教学时数：64

学分：4

先修课程：《管理学实务》、《经济学》

后续课程：《市场调研与预测》、《市场营销策划》、《网络营销》、《推销与谈判技术》、《汽车营销》、《消费者行为学》、《营销英语》

(2) 课程性质

《市场营销理论与实务》是市场营销专业的专业核心课程，也是国际贸易、工商企业管理、物流管理、电子商务等商科专业的必修课程，是学习市场调查、市场营销策划、推销实务、商务谈判、销售管理、分销渠道管理等专业课程的基础。

(3) 课程作用

使学生系统了解现代市场营销的基本概念、基本原理和基本方法，熟悉营销活动的流程及岗位要求，能够承担营销及营销管理等环节的工作任务，具备从事市场营销及企业管理的基本职业能力。

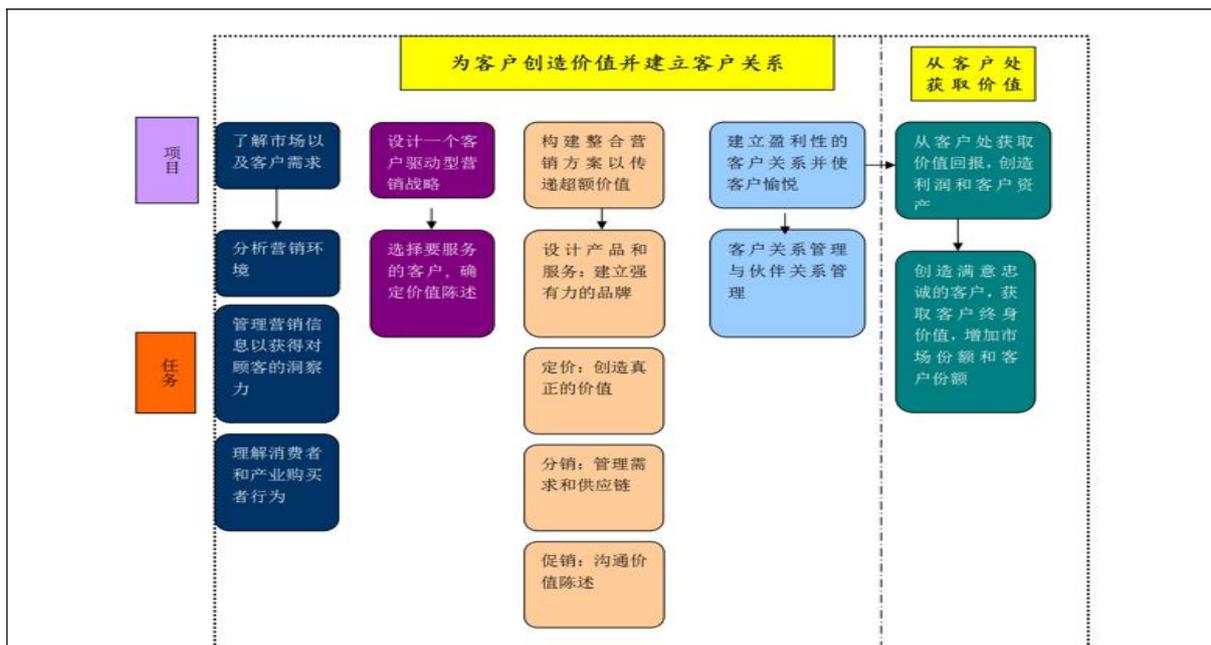
(4) 前修后续课程



5.1.2 内容选取

以培养学生职业技能为出发点，从岗位需求出发，结合职业成长需要，融入市场营销管理理念，确定课程的核心技能和教学内容；依据市场营销典型工作流程，设置9个学习、工作项目，遴选38个项目任务，使教学与工作高度统一。

(1) 市场营销典型工作流程



(2) 选取的学习、工作项目与任务

第×次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
周次	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	10	10	11	11	12	12	13	13	14	14	15	15	16	16
总情境	学生高职毕业后, 进入某市文正制衣有限公司工作, 学生被分配到市场营销部工作, 承担本公司的营销工作。																															
项目名称	1. 认识市场营销及市场营销过程		2. 规划公司战略		3. 分析营销环境			4. 分析消费者购买行为		5. 设计顾客驱动的营销战略			6. 创造顾客价值: 产品、服务和品牌						7. 理解和获取顾客价值: 定价			8. 传递顾客价值: 营销渠道			9. 沟通顾客价值: 促销组合			最后一课				
	1.1 组建团队	1.2 熟悉模拟企业, 并定义市场营销及市场营销过程	1.3 理解市场营销观念, 确定营销导向	1.4 建立顾客关系, 获取顾客价值	2.1 定义企业使命与目标	2.2 如设计业务组合	3.1 了解企业微观营销环境	3.2 了解企业宏观营销环境	3.3 如何应用SWOT分析企业营销环境	4.1 分析消费者购买行为影响因素	4.2 分析消费者购买决策过程	5.1 如何进行市场细分	5.2 如何选择目标市场	5.3 如何进行市场定位	6.1 理解营销组合, 认识产品与服务	6.2 如何决策产品	6.3 如何决策产品组合	6.4 如何实施品牌战略	6.5 如何开发新产品	6.6 如何实施产品生命周期战略	7.1 如何制定产品价格	7.2 如何调整产品价格	8.1 认识分销渠道	8.2 如何决策分销渠道	8.3 如何解决渠道冲突	9.1 如何制定广告决策	9.2 如何进行销售促进	9.3 如何进行人员销售	9.4 如何进行公共关系营销	总复习		

5.1.3 内容组织

以学生毕业后, 进入山东文正股份有限公司市场营销部工作为总情境, 校企合作选取典型工作任务, 科学序化组织课程内容。

编号	能力训练项目名称	子项目编号、名称	能力目标	知识目标	考核点	课时
----	----------	----------	------	------	-----	----

一	认识市场营销及市场营销过程	1. 认识市场营销及市场营销过程	1. 能够定义企业的市场营销及市场营销过程; 2. 能够理解顾客和市场的重要性, 识别五个核心的市场概念; 3. 能够分析不同营销观念对企业经营的影响; 4. 能够为企业建立顾客关系提供方案。	1. 了解什么是市场营销及市场营销过程; 2. 了解五个核心的顾客市场概念; 3. 熟悉五种营销管理导向。 4. 理解建立顾客关系, 获取顾客价值的相关理论。	1. 各小组填写团队分工表, 上报本小组组长、成员、团队分工; 2. 完成对模拟企业资料的查找、整理、分析本公司的顾客、市场及影响管理观念、撰写分析报告, 并以 PPT 形式汇报; 3. 公司顾客关系分析及应对策略报告。	8
		2. 规划企业业务组合	1. 能够利用计算机网络, 查找文正公司的战略业务的相关资料, 在此基础上, 分析出企业具有哪些战略业务; 2. 能对企业的战略业务单位进行分析, 写出文字说明; 说明所选定的每一个战略业务属于哪一个类别(金牛、瘦狗、明星、问题类), 有何特点; 如有可能, 可以画出波士顿矩阵图; 3. 能对文正公司的业务组合进行简单的评价, 并对企业的成长战略提出简单的建议。	1. 理解战略业务单位的概念、特点; 2. 掌握分析业务组合的工作—波士顿矩阵法; 3. 熟悉产品/市场扩张矩阵。	1. 企业业务单元分析及规划报告。	4
二	理解市场和消费者	3. 分析营销环境	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响; 2. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响; 3. 能否使用 SWOT 分析企业的优劣势与外部机遇和威胁并制定策略。	1. 市场营销微观环境因素; 2. 市场营销宏观环境因素; 3. SWOT 分析法。	1. 企业市场营销环境分析报告。	6
		4. 分析消费者购买行为	1. 能够对消费者购买行为的影响因素进行基本分析; 2. 能够分析和掌握消费者购买决策过程; 3. 能针对消费者行为提出相应对策。	1. 熟悉影响消费者市场购买行为的因素; 2. 掌握消费者市场购买决策过程。	1. 消费者购买行为影响因素、购买决策过程分析及对策访谈报告。	4

三	设计顾客驱动的营销战略	5. 设计顾客驱动的营销战略	1. 掌握市场细分的标准,能够应用市场细分原理、目标市场选择条件和目标市场定位方法,处理企业目标市场营销中存在的各种问题。	1. 了解市场细分. 目标市场及市场定位的概念和作用; 2. 熟悉市场细分的依据; 3. 学会如何选择目标市场及应用目标市场策略; 4. 掌握市场定位的步骤和方法。	1. 企业目标市场营销策略分析报告。	6
四	构建整合营销方案, 以传递超额价值	6. 创造顾客价值: 产品、服务和品牌	1. 能够做出单个产品决策; 2. 能够制定品牌策略; 3. 能够构思新产品开发; 4. 能够根据产品生命周期不同阶段特点, 调整营销战略。	1. 理解产品是什么. 产品整体概念. 产品类别; 2. 掌握单个产品决策内容; 3. 掌握品牌的概念和作用, 理解品牌在市场营销中的意义; 4. 掌握品牌战略决策内容; 5. 理解新产品开发涵义; 6. 熟悉新产品的开发程序; 7. 产品生命周期阶段。	1. 本公司新推出产品决策方案; 2. 本公司品牌化建设方案。	12
		7. 理解和获取顾客价值: 定价	1. 能够给企业提供产品定价的可行方案; 2. 能够对服装产品进行价格策略分析, 并提出价格变动与调整的方案。	1. 掌握新产品的基本程序; 2. 理解影响产品价格的因素; 3. 掌握营销定价的方法; 4. 产品定价策略。	1. 新产品价格定价方案; 2. 产品价格调整方案。	6
		8. 传递顾客价值: 营销渠道	1. 能够准确认识各种中间业态的特征并进行市场分析和业态选择; 2. 掌握中间商的开发的激励技巧; 3. 能够为服装产品设计渠道; 4. 能够协调处理渠道冲突并进行有效管理; 5. 能够进行渠道创新。	1. 掌握分销渠道的内涵. 模式. 类型; 2. 掌握中间商的类型; 3. 学会分析影响分销渠道设计的因素; 4. 掌握渠道冲突的内涵和管理; 5. 学会渠道创新的几种常见策略。	1. 本公司渠道现状分析及改进方案。	8
		9. 沟通顾客价值: 促销组合	1. 能够为企业提供产品广告的可行方案; 2. 能够按人员销售的要求、步骤向顾客推销服装产品; 3. 能够给企业提供公关的可行方案; 4. 能够为企业提供产品销售促进的可行方案。	1. 熟悉主要的广告决策内容; 2. 了解广告目标类型; 3. 了解编制广告预算的方法; 4. 明确广告战略内容; 5. 了解媒体决策内容; 6. 了解销售人员素质; 7. 熟悉人员销售过程; 8. 了解公共关系角色; 9. 掌握主要公关工具; 10. 理解销售促进内涵. 方式; 11. 熟悉销售促进实施过程。	1. 本公司促销策划方案。	10

5. 1. 4 教学模式

本课程将利用信息技术、数字资源和信息化教学环境, 按学生在校学习与实际工作一致性的原则, 系统优化教学过程, 应用在线自主学习、在线同步练习、线下深度学习等方式, 采取项目

教学、案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导等多样化的教学方法，通过精心设置的学习任务和活动，巧妙设计的教学内容和教学环节，积极开展在线学习与课程教学相结合、翻转课堂等教学模式改革，形成线上自主学习和线下师生合作研讨的教学模式，实现以教为主向以学为主、以课程为主向课内外结合的转变。

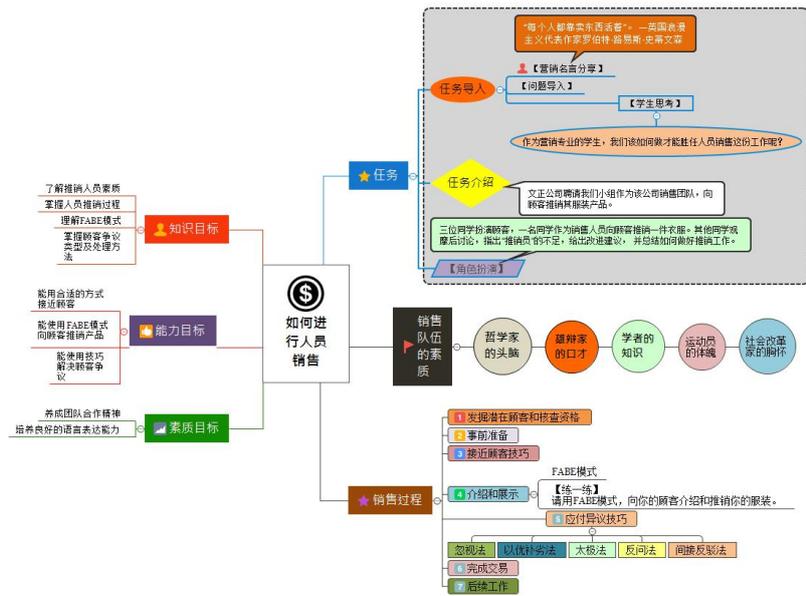
5.1.5 特色创新

(1) 德智共育，寓素质教育于专业知识教育之中。

充分重视专业课程在素质教育中的重要性，贯彻“育人为本、德育为先”的原则，通过巧妙设计的教学内容和教学环节，运用德智共育的教学模式，在传授市场营销专业知识的同时，把做人做事的基本道理，把优秀的中华传统文化，把职业精神融入到专业课程中去，发挥好课堂主渠道作用，提高课堂育人水平，实现技术与人文融通。

(2) 运用思维导图工具，帮助学习者实现有效学习

本课程针对每一个子任务，会为学习对象提供一个涵盖学习目标、任务导入、任务介绍、任务知识点等环节的思维导图，以求通过图文并茂的形式，让学生对本节课的思路、内容、目标有一个明确的了解，能使学生在学的过程中更轻松地完成自主学习的能力，形成自身的知识体系，提高学习效益。



5.2 课程资源

5.2.1 总体介绍

以网络在线教学平台为载体进行资源开发与建设，资源内容主要包括四个部分：

(1) **课程申报材料资源：**主要有申报书、课程定位、内容选取、教学模式、建设规模、建设团队和特色创新等 7 项内容，包括文本、图片、PPT 和视频等各类资源。

(2) **课程内容资源：**主要有认识市场营销及市场营销过程、规划公司战略、分析营销环境、分析消费者行为、设计顾客驱动的营销战略、创造顾客价值：产品、服务和品牌、理解和获取顾客价值：定价、传递顾客价值：营销渠道、沟通顾客价值：促销组合等 9 大项目，38 个学习、工作任务，每个任务下包括对应的单元设计、教学课件、电子教案、教学案例、实践任务单、同步练习、课堂训练、技能训练、案例分析、拓展阅读等各类资源。

(3) **课程基本材料资源：**主要有课程简介、学习指南、课程标准、整体设计、单元设计、电子教案、教学日历、课程课件、课程习题和实训指导书等 10 项内容，包括文本、图片、PPT 和视频等各类资源。

(4) **课程拓展资源：**主要有专业术语、法律法规、名家论坛、职业标准、学生实训、企业案例、网站链接、学生作品展示和营销师考试大纲等 9 项内容，包括文本、图片、PPT、动画和视频等各类资源。

5.2.2 基本资源清单

资源编号	项目	资源名称	资源形式	数量
000001	基本资源	课程简介	文本、视频	2
000002		课程标准	文本、PPT、视频	3
000003		整体设计	文本、PPT、视频	3
000004		单元设计	文本	1
000005		电子教案	文本	1
000006		教学课件	文本	1
000007		教学日历	文本	1
000008		课程习题	文本	1
000009		实训指导书	文本	1
000010		学习指南	文本	1
001101	1.1 组建团队	思维导图	图片	1

001102		单元设计	文本	1
001103		教学课件	PPT	1
001104		电子教案	文本	1
001105		团队分工表	文本	1
001106		实践任务单	文本	1
001107		课堂训练	文本	1
001108		营销案例	文本、视频	1
001109		拓展阅读	文本	2
001201		1.2 熟悉模拟企业，定义市场营销	思维导图	图片
001202	知识解析		视频	2
001203	单元设计		文本	1
001204	教学课件		PPT	1
001205	电子教案		文本	1
001206	教学案例		文本、视频	1
001207	实践任务单		文本	1
001208	同步练习		文本	1
001209	课堂训练		文本	1
001210	技能训练		文本	1
001211	案例分析		文本	1
001212	营销案例		文本、视频	6
001213	拓展阅读		文本	6
001301	1.3 理解营销观念，确定营销管理导向		思维导图	图片
001302		知识解析	视频	2
001303		单元设计	文本	1
001304		教学课件	PPT	1
001305		电子教案	文本	1
001306		教学案例	文本、视频	4
001307		实践任务单	文本	1
001308		同步练习	文本	1
001309		课堂训练	文本	1
001310		技能训练	文本	1
001311		案例分析	文本	2
001312		营销案例	文本、视频	8
001313		拓展阅读	文本	4
001401	1.4 建立顾客关	思维导图	图片	1

001402	系, 获取顾客价值	知识解析	视频	2	
001403		单元设计	文本	1	
001404		教学课件	PPT	1	
001405		电子教案	文本	1	
001406		教学案例	文本、视频	2	
001407		实践任务单	文本	1	
001408		同步练习	文本	1	
001409		课堂训练	文本	1	
001410		技能训练	文本	1	
001411		案例分析	文本	1	
001412		营销案例	文本、视频	1	
001413		拓展阅读	文本	1	
002101		2.1 定义企业使命与目标	思维导图	图片	1
002102			知识解析	视频	2
002103	单元设计		文本	1	
002104	教学课件		PPT	1	
002105	电子教案		文本	1	
002106	教学案例		文本、视频	3	
002107	实践任务单		文本	1	
002108	同步练习		文本	1	
002109	课堂训练		文本	1	
002110	技能训练		文本	1	
002111	案例分析		文本	1	
002112	营销案例		文本、视频	1	
002113	拓展阅读		文本	1	
002201-01	2.2.1 分析现有业务组合		思维导图	图片	1
002201-02		知识解析	视频	1	
002201-03		单元设计	文本	1	
002201-04		教学课件	PPT	1	
002201-05		电子教案	文本	1	
002201-06		教学案例	文本、视频	1	
002201-07		实践任务单	文本	1	
002201-08		同步练习	文本	1	
002201-09		课堂训练	文本	1	
002201-10		技能训练	文本	1	

002201-11		案例分析	文本	1
002201-12		营销案例	文本、视频	1
002201-13		拓展阅读	文本	1
002202-01	2.2.2 规划未来 业务组合—制定 增长战略	思维导图	图片	1
002202-02		知识解析	视频	1
002202-03		单元设计	文本	1
002202-04		教学课件	PPT	1
002202-05		电子教案	文本	1
002202-06		教学案例	文本、视频	3
002202-07		实践任务单	文本	1
002202-08		同步练习	文本	1
002202-09		课堂训练	文本	1
002202-10		技能训练	文本	1
002202-11		案例分析	文本	3
002202-12		营销案例	文本、视频	3
002202-13		拓展阅读	文本	3
002203-01	2.2.3 规划未来 业务组合—制定 精简战略	思维导图	图片	1
002203-02		知识解析	视频	1
002203-03		单元设计	文本	1
002203-04		教学课件	PPT	1
002203-05		电子教案	文本	1
002203-06		教学案例	文本、视频	2
002203-07		实践任务单	文本	1
002203-08		同步练习	文本	1
002203-09		课堂训练	文本	1
002203-10		技能训练	文本	1
002203-11		案例分析	文本	1
002203-12		营销案例	文本、视频	1
002203-13		拓展阅读	文本	1
003101	3.1 了解企业微 观营销环境	思维导图	图片	1
003102		知识解析	视频	2
003103		单元设计	文本	1
003104		教学课件	PPT	1
003105		电子教案	文本	1
003106		教学案例	文本、视频	3

003107		实践任务单	文本	1
003108		同步练习	文本	1
003109		课堂训练	文本	1
003110		技能训练	文本	1
003111		案例分析	文本	3
003112		营销案例	文本、视频	3
003113		拓展阅读	文本	3
003201	3.2 了解企业宏观营销环境	思维导图	图片	1
003202		知识解析	视频	1
003203		单元设计	文本	1
003204		教学课件	PPT	1
003205		电子教案	文本	1
003206		教学案例	文本、视频	4
003207		实践任务单	文本	1
003208		同步练习	文本	1
003209		课堂训练	文本	1
003210		技能训练	文本	1
003211		案例分析	文本	1
003212		营销案例	文本、视频	3
003213		拓展阅读	文本	2
003301		3.3 应用 SWOT 分析企业营销环境	思维导图	图片
003302	知识解析		视频	3
003303	单元设计		文本	1
003304	教学课件		PPT	1
003305	电子教案		文本	1
003306	教学案例		文本、视频	4
003307	实践任务单		文本	1
003308	同步练习		文本	1
003309	课堂训练		文本	1
003310	技能训练		文本	1
003311	案例分析		文本	2
003312	营销案例		文本、视频	2
003313	拓展阅读		文本	2
004101	4.1 分析消费者行为影响因素 1	思维导图	图片	1
004102		知识解析	视频	1

004103		单元设计	文本	1	
004104		教学课件	PPT	1	
004105		电子教案	文本	1	
004106		教学案例	文本、视频	4	
004107		实践任务单	文本	1	
004108		同步练习	文本	1	
004109		课堂训练	文本	1	
004110		技能训练	文本	1	
004111		案例分析	文本	1	
004112		营销案例	文本、视频	2	
004113		拓展阅读	文本	4	
004201		4.2 分析消费者 行为影响因素 2	思维导图	图片	1
004202			知识解析	视频	2
004203	单元设计		文本	1	
004204	教学课件		PPT	1	
004205	电子教案		文本	1	
004206	教学案例		文本、视频	3	
004207	实践任务单		文本	1	
004208	同步练习		文本	1	
004209	课堂训练		文本	1	
004210	技能训练		文本	1	
004211	案例分析		文本	2	
004212	营销案例		文本、视频	5	
004213	拓展阅读		文本	2	
004301	4.3 分析消费者 购买决策过程	思维导图	图片	1	
004302		知识解析	视频	2	
004303		单元设计	文本	1	
004304		教学课件	PPT	1	
004305		电子教案	文本	1	
004306		教学案例	文本、视频	4	
004307		实践任务单	文本	1	
004308		同步练习	文本	1	
004309		课堂训练	文本	1	
004310		技能训练	文本	1	
004311		案例分析	文本	1	

004312		营销案例	文本、视频	1	
004313		拓展阅读	文本	1	
005101	5.1 如何进行市场细分	思维导图	图片	1	
005102		知识解析	视频	3	
005103		单元设计	文本	1	
005104		教学课件	PPT	1	
005105		电子教案	文本	1	
005106		教学案例	文本、视频	3	
005107		实践任务单	文本	1	
005108		同步练习	文本	1	
005109		课堂训练	文本	1	
005110		技能训练	文本	1	
005111		案例分析	文本	1	
005112		营销案例	文本、视频	3	
005113		拓展阅读	文本	2	
005201		5.2 如何选择目标市场	思维导图	图片	1
005202			知识解析	视频	2
005203	单元设计		文本	1	
005204	教学课件		PPT	1	
005205	电子教案		文本	1	
005206	教学案例		文本、视频	3	
005207	实践任务单		文本	1	
005208	同步练习		文本	1	
005209	课堂训练		文本	1	
005210	技能训练		文本	1	
005211	案例分析		文本	3	
005212	营销案例		文本、视频	3	
005213	拓展阅读		文本	1	
005301	5.3 如何进行市场定位		思维导图	图片	1
005302			知识解析	视频	2
005303		单元设计	文本	1	
005304		教学课件	PPT	1	
005305		电子教案	文本	1	
005306		教学案例	文本、视频	5	
005307		实践任务单	文本	1	

005308		同步练习	文本	1
005309		课堂训练	文本	1
005310		技能训练	文本	1
005311		案例分析	文本	3
005312		营销案例	文本、视频	9
005313		拓展阅读	文本	3
006101		6.1 理解营销组合，认识产品与服务	思维导图	图片
006102	知识解析		视频	2
006103	单元设计		文本	1
006104	教学课件		PPT	1
006105	电子教案		文本	1
006106	教学案例		文本、视频	1
006107	实践任务单		文本	1
006108	同步练习		文本	1
006109	课堂训练		文本	1
006110	技能训练		文本	1
006111	案例分析		文本	2
006112	营销案例		文本、视频	4
006113	拓展阅读		文本	2
006201	6.2 如何决策单个产品	思维导图	图片	1
006202		知识解析	视频	1
006203		单元设计	文本	1
006204		教学课件	PPT	1
006205		电子教案	文本	1
006206		教学案例	文本、视频	4
006207		实践任务单	文本	1
006208		同步练习	文本	1
006209		课堂训练	文本	1
006210		技能训练	文本	1
006211		案例分析	文本	1
006212		营销案例	文本、视频	2
006213		拓展阅读	文本	1
006301	6.3 如何决策产品组合	思维导图	图片	1
006302		知识解析	视频	1
006303		单元设计	文本	1

006304		教学课件	PPT	1	
006305		电子教案	文本	1	
006306		教学案例	文本、视频	2	
006307		实践任务单	文本	1	
006308		同步练习	文本	1	
006309		课堂训练	文本	1	
006310		技能训练	文本	1	
006311		案例分析	文本	1	
006312		营销案例	文本、视频	1	
006313		拓展阅读	文本	1	
006401-01		6.4.1 决策品牌 定位与品牌名称	思维导图	图片	1
006401-02			知识解析	视频	2
006401-03			单元设计	文本	1
006401-04	教学课件		PPT	1	
006401-05	电子教案		文本	1	
006401-06	教学案例		文本、视频	6	
006401-07	实践任务单		文本	1	
006401-08	同步练习		文本	1	
006401-09	课堂训练		文本	1	
006401-10	技能训练		文本	1	
006401-11	案例分析		文本	1	
006401-12	营销案例		文本、视频	1	
006401-13	拓展阅读		文本	2	
006402-01	6.4.2 决策品牌 归属与品牌开放 战略	思维导图	图片	1	
006402-02		知识解析	视频	2	
006402-03		单元设计	文本	1	
006402-04		教学课件	PPT	1	
006402-05		电子教案	文本	1	
006402-06		教学案例	文本、视频	5	
006402-07		实践任务单	文本	1	
006402-08		同步练习	文本	1	
006402-09		课堂训练	文本	1	
006402-10		技能训练	文本	1	
006402-11		案例分析	文本	1	
006402-12		营销案例	文本、视频	1	

006402-13		拓展阅读	文本	1
006501	6.5 如何开发新产品	思维导图	图片	1
006502		知识解析	视频	3
006503		单元设计	文本	1
006504		教学课件	PPT	1
006505		电子教案	文本	1
006506		教学案例	文本、视频	6
006507		实践任务单	文本	1
006508		同步练习	文本	1
006509		课堂训练	文本	1
006510		技能训练	文本	1
006511		案例分析	文本	1
006512		营销案例	文本、视频	1
006513		拓展阅读	文本	2
006601		6.6 如何实施产品生命周期战略	思维导图	图片
006602	知识解析		视频	1
006603	单元设计		文本	1
006604	教学课件		PPT	1
006605	电子教案		文本	1
006606	教学案例		文本、视频	1
006607	实践任务单		文本	1
006608	同步练习		文本	1
006609	课堂训练		文本	1
006610	技能训练		文本	1
006611	案例分析		文本	1
006612	营销案例		文本、视频	4
006613	拓展阅读		文本	1
007101-01	7.1.1 分析定价影响因素		思维导图	图片
007101-02		知识解析	视频	1
007101-03		单元设计	文本	1
007101-04		教学课件	PPT	1
007101-05		电子教案	文本	1
007101-06		教学案例	文本、视频	4
007101-07		实践任务单	文本	1
007101-08		同步练习	文本	1

007101-09		课堂训练	文本	1
007101-10		技能训练	文本	1
007101-11		案例分析	文本	3
007101-12		营销案例	文本、视频	2
007101-13		拓展阅读	文本	2
007102-01	7.1.2 产品定价程序	思维导图	图片	1
007102-02		知识解析	视频	1
007102-03		单元设计	文本	1
007102-04		教学课件	PPT	1
007102-05		电子教案	文本	1
007102-06		教学案例	文本、视频	1
007102-07		实践任务单	文本	1
007102-08		同步练习	文本	1
007102-09		课堂训练	文本	1
007102-10		技能训练	文本	1
007102-11		案例分析	文本	1
007102-12		营销案例	文本、视频	1
007102-13		拓展阅读	文本	1
007103-01		7.1.3 产品定价方法	思维导图	图片
007103-02	知识解析		视频	3
007103-03	单元设计		文本	1
007103-04	教学课件		PPT	1
007103-05	电子教案		文本	1
007103-06	教学案例		文本、视频	2
007103-07	实践任务单		文本	1
007103-08	同步练习		文本	1
007103-09	课堂训练		文本	1
007103-10	技能训练		文本	1
007103-11	案例分析		文本	1
007103-12	营销案例		文本、视频	1
007103-13	拓展阅读		文本	1
007104-01	7.1.4 新产品定价策略	思维导图	图片	1
007104-02		知识解析	视频	2
007104-03		单元设计	文本	1
007104-04		教学课件	PPT	1

007104-05		电子教案	文本	1	
007104-06		教学案例	文本、视频	6	
007104-07		实践任务单	文本	1	
007104-08		同步练习	文本	1	
007104-09		课堂训练	文本	1	
007104-10		技能训练	文本	1	
007104-11		案例分析	文本	2	
007104-12		营销案例	文本、视频	1	
007104-13		拓展阅读	文本	1	
007105-01		7.1.5 其他产品 定价策略	思维导图	图片	1
007105-02			知识解析	视频	1
007105-03			单元设计	文本	1
007105-04			教学课件	PPT	1
007105-05	电子教案		文本	1	
007105-06	教学案例		文本、视频	4	
007105-07	实践任务单		文本	1	
007105-08	同步练习		文本	1	
007105-09	课堂训练		文本	1	
007105-10	技能训练		文本	1	
007105-11	案例分析		文本	1	
007105-12	营销案例		文本、视频	3	
007105-13	拓展阅读		文本	1	
007201	7.2 如何调整产 品价格	思维导图	图片	1	
007202		知识解析	视频	1	
007203		单元设计	文本	1	
007204		教学课件	PPT	1	
007205		电子教案	文本	1	
007206		教学案例	文本、视频	3	
007207		实践任务单	文本	1	
007208		同步练习	文本	1	
007209		课堂训练	文本	1	
007210		技能训练	文本	1	
007211		案例分析	文本	2	
007212		营销案例	文本、视频	2	
007213		拓展阅读	文本	1	

008101	8.1 认识分销渠道	思维导图	图片	1
008102		知识解析	视频	1
008103		单元设计	文本	1
008104		教学课件	PPT	1
008105		电子教案	文本	1
008106		教学案例	文本、视频	1
008107		实践任务单	文本	1
008108		同步练习	文本	1
008109		课堂训练	文本	1
008110		技能训练	文本	1
008111		案例分析	文本	1
008112		营销案例	文本、视频	1
008113		拓展阅读	文本	1
008201-01		8.2.1 设计分销渠道	思维导图	图片
008201-02	知识解析		视频	1
008201-03	单元设计		文本	1
008201-04	教学课件		PPT	1
008201-05	电子教案		文本	1
008201-06	教学案例		文本、视频	1
008201-07	实践任务单		文本	1
008201-08	同步练习		文本	1
008201-09	课堂训练		文本	1
008201-10	技能训练		文本	1
008201-11	案例分析		文本	1
008201-12	营销案例		文本、视频	1
008201-13	拓展阅读		文本	1
008202-01	8.2.2 管理分销渠道		思维导图	图片
008202-02		知识解析	视频	1
008202-03		单元设计	文本	1
008202-04		教学课件	PPT	1
008202-05		电子教案	文本	1
008202-06		教学案例	文本、视频	1
008202-07		实践任务单	文本	1
008202-08		同步练习	文本	1
008202-09		课堂训练	文本	1

008202-10		技能训练	文本	1	
008202-11		案例分析	文本	1	
008202-12		营销案例	文本、视频	1	
008202-13		拓展阅读	文本	1	
008301	8.3 解决渠道冲突	思维导图	图片	1	
008302		知识解析	视频	2	
008303		单元设计	文本	1	
008304		教学课件	PPT	1	
008305		电子教案	文本	1	
008306		教学案例	文本、视频	1	
008307		实践任务单	文本	1	
008308		同步练习	文本	1	
008309		课堂训练	文本	1	
008310		技能训练	文本	1	
008311		案例分析	文本	1	
008312		营销案例	文本、视频	1	
008313		拓展阅读	文本	1	
009101		9.1 如何制定广告决策	思维导图	图片	1
009102			知识解析	视频	4
009103	单元设计		文本	1	
009104	教学课件		PPT	1	
009105	电子教案		文本	1	
009106	教学案例		文本、视频	8	
009107	实践任务单		文本	1	
009108	同步练习		文本	1	
009109	课堂训练		文本	1	
009110	技能训练		文本	1	
009111	案例分析		文本	1	
009112	营销案例		文本、视频	1	
009113	拓展阅读		文本	1	
009201	9.2 如何进行销售促进	思维导图	图片	1	
009202		知识解析	视频	3	
009203		单元设计	文本	1	
009204		教学课件	PPT	1	
009205		电子教案	文本	1	

009206		教学案例	文本、视频	4
009207		实践任务单	文本	1
009208		同步练习	文本	1
009209		课堂训练	文本	1
009210		技能训练	文本	1
009211		案例分析	文本	1
009212		营销案例	文本、视频	1
009213		拓展阅读	文本	1
009301	9.3 如何进行人员销售	思维导图	图片	1
009302		知识解析	视频	2
009303		单元设计	文本	1
009304		教学课件	PPT	1
009305		电子教案	文本	1
009306		教学案例	文本、视频	1
009307		实践任务单	文本	1
009308		同步练习	文本	1
009309		课堂训练	文本	1
009310		技能训练	文本	1
009311		案例分析	文本	2
009312		营销案例	文本、视频	2
009313		拓展阅读	文本	1
009401		9.4 如何进行公关营销	思维导图	图片
009402	知识解析		视频	1
009403	单元设计		文本	1
009404	教学课件		PPT	1
009405	电子教案		文本	1
009406	教学案例		文本、视频	1
009407	实践任务单		文本	1
009408	同步练习		文本	1
009409	课堂训练		文本	1
009410	技能训练		文本	1
009411	案例分析		文本	1
009412	营销案例		文本、视频	1
009413	拓展阅读		文本	1
010001	拓展资源	专业术语	文本	1

010002		法律法规	文本	10
010003		职业标准	文本	1
010004		培训包	文本、视频	20
010005		名家论坛	视频、链接	20
010006		企业案例	文本、视频	50
010007		网站链接	链接、文本	30
010008		学生作品	文本、视频、PPT	10

6. 措施保障

1.1 组织保障

学校对精品资源课的开发建设高度重视，成立了以副院长为组长，教务处、信息化办公室和各二级院部为成员的课程建设领导小组，负责制定全校课程建设规划，推进学校课程建设与改革。领导小组下设办公室，办公室设在教务处，具体负责对全院精品课程的申报和已评出的课程进行管理。各二级院部成立课程建设工作组，具体负责本部门课程建设工作。课程负责人为课程建设第一责任人，负责组织课程团队开展课程建设与改革工作。

1.2 机制保障

学校出台了《日照职业技术学院课程建设与管理办法》，规范课程评审、建设及管理。所有课程需经三年以上建设期，才可参加院级立项课程评审，省级立项课程需从院级立项课程中择优推荐。学校已经建立课程建设验收标准，保证精品课程建设质量，确保规划落实到位；设立奖励机制，对各类课程立项给予奖励。

1.3 团队保障

课程团队吸纳校外专家加入课程团队，课程开发建设直接对接企业需求，为学生提供了线上与专家交流互动的平台。团队专任教师均具有企业一线工作经历或者顶岗经历，教学理念先进、教学经验丰富、信息化教学技术手段运用熟练，团队由经管类专业、商务类专业和技术类专业的老师构成，为课程的优质开发建设提供了人员保障。

1.4 经费保障

学校每年投入专项资金资助共享课建设，对每门院级立项课程给予 2 万元的经费支持，省级立项课程按照省教育文件要求给予经费配套。省级立项课程 2 年建设期满，验收合格后，学校承诺设立课程后期建设与维护专项经费，支持课程完成 3 年建设规划，确保每年课程资源更新比例不低于 10%。

1.5 平台保障

学校为课程建设提供全面支持，目前已建成校内网络教学平台

(<http://course.rzpt.cn/front/index.php>)，共享课程资源，满足师生多样化需求。

1.6 技术保障

课程团队注重现代信息化技术手段的学习：先后组织学习了动画视频、CamtasiaStudio、微课视频、多媒体课件制作学习的专项培训，专任教师的现代技术手段有了很大提升。

7. 资金使用与管理

学校历来重视各种专项资金的使用与管理，承诺对各种立项课题、项目，根据有关文件要求，提供专项建设经费，并保证专款专用，加强对课程经费使用情况的监督检查。为保证省级精品资源共享课建设资金合理使用，学校出台《“省级精品资源共享课”专项资金管理办法》，加强对该专项资金的科学化、精细化管理，严格执行《高等学校财务制度》、《中央财政支持地方高校发展专项资金管理办法》等法律规定。

➤ 专项资金主要用于与本课程相关的专业性学术会议；外出参观考察；有关课程调研活动；相关资料的购买、打印复印、成果印刷、论文发表版面费及购买低值易耗品的开支；试题库建设；多媒体教学建设，包括拍摄教学录像、制作视听教材、幻灯片以及课程网站的建设与维护；聘请社会知名人士对课程的评价等。

➤ 专项资金实行统一规划、单独核算、专项管理，并接受财政和审计等部门监督。财务处定期会同相关职能部门对经费开支情况进行监督检查。

➤ 专项资金应专款专用，任何部门和人员不得人为滞留、挤占、挪用资金。专项资金不得用于基本建设、人员经费、偿还债务、捐赠赞助及与项目无关的其他支出。

➤ 各专业用专项资金购买设备的，应严格执行政府采购有关规定。专项资金形成的资产，纳入学院国有资产统一管理。

➤ 专项资金经费使用的审批程序为：经办人和课程负责人签名，部门负责人、教务处等相关职能部门负责人审核复核，专项资金开支的报销审批程序按学院现行财务制度规定执行。

8. 承诺与责任

1. 学校和课程负责人保证申报所使用的课程资源知识产权清晰，无侵权使用的情况，若免费共享的基本资源涉及到第三方权益，须将“课程资源使用授权书”[注]附后；
2. 学校和课程负责人保证课程资源内容不存在政治性、思想性、科学性和规范性问题；
3. 学校和课程负责人保证课程资源及申报材料不涉及国家安全和保密的相关规定，可以在网络上公开传播与使用；
4. 申报课程入选后，学校和课程负责人须与“山东省职业教育云服务平台”的建设维护单位签署知识产权保护协议，保证基本资源在“山东省职业教育云服务平台”免费共享，拓展资源在“山东省职业教育云服务平台”网上有条件共享。
5. 各学院须建设本单位“网络教学平台”，并与“山东省职业教育云服务平台”(<http://221.214.56.13:8082/>)实现互联，共享课程资源，满足师生多样化需求。

课程负责人签字：

学校公章：

日期：

注：“课程资源使用授权书”须包括以下内容：

一、申报学校、申报课程名称，课程负责人和教师（录像等资源所涉及的教师）姓名，第三方制作者名称，由第三方制作的资源名称以及著作权归属情况。

二、授权书除前款内容外，需包括以下内容：

1. 各方同意，学校将 XXX 课程 XXX 资源作为学校该课程的基本资源之一，用于山东省职业教育精品资源共享课的申报，提交山东省职业教育课程建设平台。如通过评审，各方同意该课程所涉及资源在山东省职业教育课程建设平台推送至全省职业院校校园网，向职业院校师生及社会学习者免费开放使用，使用期 10 年。课程上网后，同意按照山东省职业教育精品资源共享课建设要求，及时更新资源。

2. 鉴于山东省职业教育精品资源共享课基本资源公益性的使用目的，学校、教师及资源制作方各方不享有任何报酬和使用费。

3. 学校、教师、制作方签名盖章。