

《市场营销理论与实务》课程简介

课程践行“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立体化教学资源。通过优质课程资源的共享，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。

1. 课程面向对象精准定位：课程面向高校本专科学生，以及对市场营销感兴趣的社会学习者。

2. 课程内容服务工作需要：立足营销能力培养，依据营销岗位需求，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，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，设置9个学习工作项目，遴选27个任务，实现以“用”促学，边“用”边学。

3. 信息技术融入教育教学，实现课堂教学改革与模式创新。利用信息化教学手段，应用在线自主学习、在线测试考核、线下深度学习等方式，采取案例分析、角色扮演等教学方法，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。