

《物流营销》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270494	课程性质	必修
适用专业	市场营销	开设学期	大二第二学期
课程类别	专业平台课程	课程类型	A类（理论）
学 分	3.5	总 学 时	56
学时分配	理论学时： 28		
实施场所	多媒体教室	授课方式	混合式教学
执笔人	付淑文		
审核人（校内和合作企业审核人）	郑爱博		
制订时间	2023.02.05		
合作企业	荣庆物流		

二、课程概述

（一）课程定位

本课程是物流管理专业核心课程，专业必修课程。其功能是通过项目引导、工学结合方式、采取任务驱动、角色扮演等多种方法培养学生物流服务市场调研能力、物流服务营销能力、物流服务策略的筹划能力、分析和解决物流企业经营管理问题的能力。

（二）先修后续课程

本课程与前修课程物流基础、仓储管理、运输管理课程相衔接，共同培养分析问题和解决问题能力；与后续课程物流企业管理、物流综合实训相衔接，共同培养物流企业战略的思维能力、策略的筹划能力和创新、创业能力。

（三）设计思路

通过对本专业物流服务营销工作岗位分析，确定了课程的设计思路为：基于工作过程的课程开发理念为指导，突出物流岗位需要，着力于物流服务能力的培养，基于物流岗位中的营销这一典型工作任务的工作过程选取教学项目内容，从

而将工作过程转化为学习过程，使学生的理论学习和能力培养融为一体，体现教学过程的实践性、开放性和职业性。

三、课程目标

（一）素质目标：

通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。

（二）知识目标：

1. 懂得物流服务营销的涵义、原则、特点等；
2. 掌握物流营销流程；
3. 了解物流营销市场分析的内容，熟悉物流营销市场分析报告的框架
4. 熟悉物流营销市场调查的信息渠道，掌握物流营销市场环境调查的基本程序、基本方法和基本技术；
5. 掌握物流营销市场环境分析的流程、分析内容、分析方法；
6. 理解物流市场细分、物流目标客户选择及物流市场定位的理念和概念、依据、原则，熟悉物流市场细分及物流目标客户选择的方法；
7. 掌握物流市场细分、物流目标客户选择及物流企业市场定位的步骤；
8. 了解物流服务项目的基本概念、特征；
9. 熟悉物流服务项目的开发方式及程序；
10. 理解物流服务项目的开发策略；
11. 熟悉开发物流新客户的步骤与方法；
12. 熟悉巩固物流老客户的流程与技巧；
13. 掌握物流项目招投标的过程与标书的制作方法；
14. 了解物流营销组合的发展脉络，理解物流营销组合的概念和内容；
15. 熟悉物流服务产品、定价、分销、促销的内容、方法和策略；
16. 了解物流服务生命周期理论，掌握物流服务生命各周期的营销策略；
17. 熟悉物流客户服务质量管理的路程，掌握提高物流客户服务质量的方法；
18. 掌握物流客户满意度的测评方法和测评步骤；

19. 掌握物流客户关系管理的内容、步骤和技巧；

(三) 能力目标：

1. 能根据调研的基本方法和程序调研当地某个物流企业的物流营销案例并撰写分析报告；

2. 能够明确调查问题、制定物流市场调查计划并组织实施物流营销市场环境调研；

3. 能够运用 SWOT 分析法分析当地某个物流企业，能够进行市场竞争分析；

4. 能对物流市场进行细分、选择目标市场；做目标市场选择，主动寻找客户，做出服务组合，服务客户；

5. 能够运用物流企业市场定位确立的依据、步骤和策略进行物流企业市场定位，撰写物流企业目标客户选择报告；

6. 能够掌握物流服务项目开发方式和程序；

7. 能够灵活运用物流服务项目开发策略并撰写物流服务项目开发策划书；

8. 能够在调研的基础上撰写物流新客户开拓方案，并根据方案运用开拓物流新客户的技巧实施新客户开拓；

9. 能够在调研的基础上撰写物流老客户维护方案，并根据方案运用巩固物流老客户的技巧进行有效跟踪、投诉处理、客户关系维系，以巩固物流老客户；

10. 能够设计一套富有吸引力的物流营销策略组合，并撰写物流服务项目营销策略组合策划报告；

11. 能够运用物流客户满意度的测评方法和测评步骤，进行物流客户满意度测评；

12. 能够进行物流客户关系管理技巧调查，并总结物流客户管理管理的共性技巧和个性技巧；

13. 能够撰写物流客户满意度测评报告和物流客户关系管理技巧调查报告，并制作 PPT 演示。

四、课程内容

序号	项目（模块）	工作任务	学时
----	--------	------	----

1	认识物流物流营销	组建团队，成立学习小组	2
		1.1 物流营销的概念、特征、作用与原则	2
		1.2 物流营销观念和理念的发展	2
		1.3 物流营销的流程	2
		1.4 物流营销人员应具备的基本素质	2
2	物流营销市场分析	2.1 物流营销市场分析的信息管理	4
		2.2 物流营销的市场分析	2
3	物流目标客户选择	3.1 物流市场细分	2
		3.2 物流目标市场选择	2
		3.3 物流市场定位	2
4	物流服务项目开发	4.1 物流服务项目的开发流程	2
		4.2 物流服务项目的开发策略	2
5	物流目标客户开发	5.1 开发物流新客户	4
		5.2 巩固物流老客户	2
		5.3 以投标方式获得物流客户	2
6	物流营销策略制定	6.1 物流服务产品策略	4
		6.2 物流服务定价策略	4
		6.3 物流服务分销策略	2
		6.4 物流服务促销策略	4
7	物流客户服务管理	7.1 物流客户服务质量管理	2
		7.2 物流客户满意度管理	2
		7.3 物流客户关系管理	2

五、实训项目设计

编号	实训项目（任务）名称	素质目标	知识目标	能力目标	实施步骤	可展示的结果或考核标准
1	调研物流营销案例	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	1. 简述物流营销的概念、核心术语、作用、原则、能够概括物流营销的基本特点。 2. 描述物流营销观念和物流营销理念的发展脉络。 3. 陈述物流营销的过程。 4. 列举物流营销人员应具备的综合素质和专业素质。	1. 能够根据调研的基本方法和程序，调研当地某个物流企业的物流营销案例。 2. 能够从物流营销核心术语、物流营销观念和理念、物流营销流程等角度分析、评价物流营销案例，撰写分析报告。 3. 能够在认识自身素质与物流营销人员素质差距的基础上，撰写个人物流营销素质分析报告。	1. 明确调查企业 2. 背景资料收集 3. 拟定调查提纲 4. 进行沟通练习 5. 组织实施调查 6. 补充完善案例 7. 分析点评案例 8. 撰写调查报告 9. 制作 PPT 10. 演示 PPT	PPT
2	物流市场调研计划、实施及报告	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的	1. 简述物流营销市场营销活动与物流营销市场环境之间的辩证关系 2. 简述物流营销市场分析的内容，简述物流营销市场分析报告的框架 3. 列举物流营销市场调	1. 能够围绕调查对象进行资料收集、利用信息渠道获取进一步的信息，并能够运用 SPSS 软件进行数据统计分析处理。 2. 能够明确调查问题、制定物流市场调查计划并组	1. 获取物流营销信息 2. 分析物流营销市场 3. 预测物流营销市场 4. 撰写物流营销市场分析报告 5. 制作 PPT 6. 演示 PPT	PPT

		精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	查的信息渠道，陈述物流营销市场环境调查的基本程序、基本方法和基本技术 4. 陈述物流营销市场环境分析的流程、内容、方法和物流营销市场预测的方法和流程。	织实施物流营销市场环境调研。 3. 能够运用 SWOT 分析法分析当地某个物流企业或某类物流企业营销，能够运用物流营销市场预测的方法进行物流营销市场某方面的预测，能够进行市场竞争分析。 4. 能够撰写物流营销市场分析报告并制作 PPT 演示。		
3	物流目标客户选择	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	1. 简述物流市场细分、物流目标客户选择及物流市场定位的理念、概念、依据、原则，能够列举物流市场细分及物流目标客户选择的方法。 2. 描述物流营销市场战略的 STP, 能够描述物流企业目标市场选择的模式。 3. 陈述物流市场细分、物流目标客户选择及物流企业市场定位的步骤。	1. 能够根据物流市场细分的依据、步骤和方法进行物流市场细分。 2. 能够按照物流目标市场选择的标准、方法和策略，进行物流目标市场选择。 3. 能够运用物流企业市场定位确立的依据、步骤和策略进行物流企业市场定位，撰写物流企业目标客户选择报告，并制作 PPT 演示。	1. 进行市场调研 2. 进行市场细分 3. 选择目标市场 4. 进行市场定位 5. 选择目标客户 6. 撰写报告 7. 制作 PPT 8. 演示 PPT	PPT

4	物流服务项目开发	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	1. 简述物流服务项目的概念、特征及开发的意义。 2. 列举物流服务项目的开发方式，能够描述物流服务项目的开发程序。 3. 概述物流服务项目的开发策略。	1. 能够掌握物流服务项目的开发方式和程序，调研当地某个物流企业的物流服务项目案例或某类物流企业服务项目开发的具体案例。 2. 能够运用物流服务项目的开发策略，评析当地物流企业或某类物流企业的各种开发策略。 3. 能够撰写物流服务项目开发策划书并制作 PPT 演示。	1. 调研成功开发的项目 2. 总结开发流程和策略 3. 通过市场调研确定新项目 4. 设计新项目 5. 撰写新项目策划报告 6. 制作 PPT 7. 演示 PPT	PPT
5	物流目标客户开发	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	1. 陈述开发物流新客户的步骤与方法。 2. 描述巩固物流老客户的流程与技巧。 3. 概述物流项目招投标的过程与标书的制作方法。	1. 能够在调研的基础上撰写物流新客户开拓方案，并根据方案，运用开拓物流新客户的技巧，实施新客户开拓。 2. 能够在调研的基础上撰写物流老客户维护方案，并根据方案，运用巩固物流老客户的技巧，进行有效跟踪、投诉处理、客户关系维系，以巩固物流老客户。 3. 能够熟练制作标	1. 明确目标客户 2. 明确潜在客户 3. 调查潜在客户 4. 筛选价值客户 5. 策划新客户开发方案 6. 策划老客户维护方案 7. 制作 PPT 并演示	PPT

				书并进行投标。		
6	物流营销策略制定	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	1. 概述物流营销组合的发展脉络，描述物流营销组合的概念和内容，列举物流营销组合的限制条件。 2. 描述物流服务产品、物流服务定价、物流服务分销、物流服务撤销的内容、方法、策略。 3. 概述物流服务生命周期理论，列举物流服务生命个周期的营销策略。	1. 能够设计一套富有吸引力的营销策略组合，并撰写物流服务项目营销策略组合策划报告。	1. 调研现有物流服务项目的营销组合策略 2. 分析比较现有物流服务项目的营销组合策略 3. 分析比较新物流服务项目的特点 4. 撰写物流营销策略组合设计策划书	策划书
7	物流客户服务管理	通过物流服务营销，培养学生高度责任感、一丝不苟、热爱物流事业的工作态度，树立严谨的工作作风，良好的心理素质，为客户服务的观点，具有团队合作的精神；具备客户沟通能力及语言表达能力，具有创新意识、团队合作意识和安全意识。	1. 概述物流客户服务与物流营销及物流企业发展的关系。 2. 描述物流客户服务质量管理的流程，列举提高物流客户服务质量的方法。 3. 概述物流企业实施客户满意战略的意义，描述物流客户满意度的测评方法和测评步骤。	1. 能够运用物流客户满意度的测评方法和测评步骤，进行物流客户满意度测评。 2. 能够进行物流客户关系管理技巧调查，总结物流客户关系管理的共性技巧和个性技巧。 3. 能够撰写物流客户满意测评报告和物流客户关系管理技巧调查报告，并制	1. 明确测评对象 2. 了解测评对象 3. 分析原有测评标准 4. 形成新的测评标准 5. 设计测评调查问卷 6. 按照流程组织测评 7. 测评结果统计分析 8. 撰写测评报告 9. 制作 PPT 10. 演示 PPT	PPT

			4. 陈述物流客户关系管理的内容、步骤和技巧。	作 PPT 演示。		
--	--	--	-------------------------	-----------	--	--

六、课程实施计划

周次	学时分配	学习单元名称		工作任务	学习与考核内容	课前讨论	课后作业
		名称	主题学习单元				
1	2	第一次课	组建团队，成立学习小组	组建团队，成立学习小组	1. 学习总情境 2. 为什么需要物流营销？ 3. 物流营销工作 4. 物流营销人员该具备的素质		物流企业概况调研
	2	一、认识物流 物流营销	1.1 物流营销的概念、特征、作用与原则	从物流营销核心术语角度对你所选定的物流企业进行分析。	1. 物流营销概念 2. 物流营销基本术语 3. 物流营销基本特征 4. 物流营销的作用	《天仙子送花让老顾客得到特殊关爱》案例分析	市场调研及撰写分析报告。
2	2		1.2 物流营销观念和理念的发展	从物流营销观念和理念角度对你所选定的物流企业进行分析。	1. 生产观念 2. 产品观念 3. 推销观念 4. 市场营销观念 5. 社会营销观念	《严师宝洁出高徒宝供》案例分析	市场调研及撰写分析报告。
	2		1.3 物流营销的流程	从物流营销流程角度对你所	1. 发现市场机会的方法 2. 选择目标市场	《东方海外的市场营销过程》案例分析	市场调研及撰写分析报告。

				选定的物流企业进行分析。	3. 确定营销战略 4. 管理营销活动		
3	2	二、物流营销 市场分析	2.1 物流营销市场分析 概述	了解物流营销 市场分的流程 及方法	1. 物流营销市场分析的过程 2. 物流营销市场分析内容 3. 物流营销市场环境的分析方法	案例《经通快递公司 中国市场营销环境分 析和营销策略报告》 案例分析	物流营销市场分析 各小组任务实施计 划及分工安排
	2		2.2 物流客户分析	消费者购买决 策过程	1. 消费者购买行为影响因素 2. 消费者购买决策过程	你在购买快递服务 时，会考虑哪些因素。	按消费者购买决策 过程，分析你上一次 快递的经历。
4	2		2.3 物流营销市场环境 分析	分析物流企业 营销环境	1. 企业微观营销环境 2. 企业宏观营销环境	企业营销活动受到哪 些环境因素影响。	收集所分析物流企 业的微观和宏观营 销环境因素。
	2		2.4 应用 SWOT 分析法分 析营销环境	应用 SWOT 分析 法分析营销环 境	1. SWOT 内涵 2. SWOT 实施步骤	企业如何应对营销环 境变化。	应用 SWOT 分析法分 析所选物流企业的 营销环境并制定营 销策略。
5	2	三、物流目标 客户选择	3.1 物流市场细分	按市场细分依 据进行市场细 分	1. 物流市场细分的依据 2. 物流市场细分的方法 3. 物流市场细分的步骤	《外资物流巨头加速 细分中国市场》案例 分析	为迅达物流的快递 市场和冷链物流市 场进行市场细分。
	2		3.2 物流目标市场选择	选择目标市场， 确定服务对象	1. 物流目标市场选择的标准 2. 物流目标市场选择的策略 3. 物流目标市场选择的方法 4. 物流目标市场选择的制约因素	《中远物流的目标市 场选择》案例分析	为迅达物流的快递 市场和冷链物流市 场确定目标市场。
6	2		3.3 物流市场定位	物流市场定位	1. 物流市场定位的方法 2. 物流市场定位的步骤	《德邦重新定位自己 —做中国“精准物流领	为迅达物流的快递 市场和冷链物流市

					3. 物流市场定位的策略	导者”》	场进行市场定位。
	2		4.1 物流服务项目的开发流程	制定物流服务项目开发流程	1. 识别客户需求 2. 识别服务项目 3. 进行项目构思 4. 选定服务项目 5. 完善项目方案 6. 物流项目开发	《联邦快递“隔夜送达”的物流服务项目设计》案例分析	为迅达物流的物流项目编订项目开发计划
7	2	四、物流服务项目开发	4.2 物流服务项目的开发策略	制定物流服务项目开发策略	1. 物流服务项目设计的增值策略 2. 物流服务项目设计的方法策略 3. 物流服务项目开发的战略策略——“绿化”策略 4. 物流服务项目设计的路线策略	《利和的增值服务》案例分析	为迅达物流的物流项目制定开发策略
	2		5.1 开发物流新客户	开发物流新客户	1. 开发物流新客户的流程 2. 开发物流新客户的基本方法	《销售高手密密麻麻的记事本》案例分析	完成物流目标客户开发策划书
8	2	五、物流目标客户开发	5.2 开发物流新客户	巩固物流新客户	1. 巩固物流老客户的流程 2. 巩固物流老客户的基本方法	《他如何能留住客户》案例分析	巩固物流老客户方案
	2		5.3 以投标方式获得物流客户	以投标方式获得物流客户	1. 制作物流服务项目标书 2. 物流服务项目投标	《兴华物流通过投标获得物流客户》	制作物流服务项目标书
9	2	六、物流营销策略制定	6.1 物流服务产品策略-1	制定物流服务产品策略—产品组合和包装策略	1. 整体产品概念 2. 物流服务组合策略 3. 物流服务包装策略	《中海物流和宅急送的产品策略组合》案例分析	制定物流服务产品策划书-产品组合和包装
	2		6.1 物流服务产品策略	制定物流服务	1. 物流服务品牌策略	你熟悉的物流品牌有	制定物流服务产品

			-2	产品策略-品牌策略和生命周期策略	2. 物流服务策略生命	哪些？你能讲出他们的成功故事吗？	策划书-产品品牌和生命周期
10	2		6.2 物流服务定价策略—1	制定物流服务定价策略-定价方法	1. 物流服务定价程序 2. 物流服务定价方法	《青岛海运价格出现“负运费”》	制定物流服务产品价格策划书-定价方法
	2		6.2 物流服务定价策略—2	制定物流服务定价策略-定价策略	1. 物流服务定价策略	竞争对手降价了，我们可以怎么应对？	制定物流服务产品价格策划书-定价策略
11	2		6.3 物流服务分销策略	制定物流服务分销策略	1. 物流服务分销渠道设计 2. 物流服务分销渠道管理	《宅急送、宝供、顺丰和 EMS 的分销渠道比较》案例分析	制定物流服务分销渠道策划书
	2		6.4 物流服务促销策略	制定物流服务促销策略	1. 物流服务广告策略	搜集三则物流服务广告	制定物流服务广告策划书
12	2		6.4 物流服务促销策略	制定物流服务促销策略	1. 物流服务促销策略	搜集一则物流服务促销案例	制定物流服务促销策划书
	2		6.4 物流服务促销策略	制定物流服务促销策略	1. 物流服务人员销售策略	搜集一则物流服务人员推销案例	制定物流服务人员销售策划书
13	2		6.4 物流服务促销策略	制定物流服务促销策略	1. 物流服务人员公关策略	搜集一则物流服务公共案例	制定物流服务人员公关策划书
	2	七、物流客户服务管理	7.1 物流客户服务质量管理	物流客户服务质量管理	1. 物流客户服务质量管理的流程 2. 提高物流客户服务质量的方法	《海尔“一流三网”同步模式实现与用户的零距离、质量零缺陷》案例分析	搜集一则成功的物流客户服务质量管理案例
	2		7.2 物流客户满意度管	物流客户满意	1. 物流客户满意战略的实施	《日本大和运输公司	物流客户满意度测
14	2						

			理	度管理	2. 物流客户满意度的测评方法 3. 物流客户满意度的测评步骤	令客户满意的物流战略》案例分析	评报告
	2						
15	2		7.3 物流客户关系管理	物流客户关系管理	1. 物流客户关系管理的内容 2. 物流客户关系管理的步骤 3. 物流客户关系管理的技巧	《客户关系管理系统协助联邦快递成为客户的货运管家》案例分析	搜集一则失败的物流客户关系管理案例
	2		总复习				

七、课程考核

总成绩为 100 分， 学生得分 = 参与度分数*参与度权重 + 得分分数*得分权重（参与度权重+得分权重=100%）

学生总得分：（完成的考核点个数/课程总考核点个数）*100*参与度权重+平均分*作业得分权重+平均分*随堂测验得分权重+参与度权重:50%

得分权重：50%，（作业权重 15%，随堂测验 15%，考试权重 20% ）

八、课程实施条件

（一）教师教学条件：

教师应该熟练掌握市场物流营销理论与实践知识，并会熟练运用信息化手段，把课堂理论知识和课外实践活动有机结合起来。

（二）教学场所条件：

1. 多媒体教学环境
2. 校内实训基地以便学生进行实训演练
3. 线上教学平台 http://course.rzpt.cn/front/kcjs.php?course_id=1501

九、课程资源

（一）教材编写情况

《物流营销》高等教育出版社

（二）课程建设情况

http://course.rzpt.cn/front/kcjs.php?course_id=1501

十、需要说明的其他问题

1. 本课程根据教学目标要求对教材作了适当的取舍处理。在保证达到教学要求的前提下，对教学内容、次序和学时分配等，可根据具体需要做适当调整。
2. 本课程在教学过程中会根据项目设置要求组织学生以小组形式进行观察、调查、讨论、分析，并对观察结果利用所学知识进行分析，要求最后形成书面总结报告上交，或制成 PPT，进行交流。

