

课程进度表

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选定的物流企业进行分析。	1. 发现市场机会的方法 2. 选择目标市场 3. 确定营销战略 4. 管理营销活动	《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。
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	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》	物流营销市场分析各小组任务实施计划及分工安排

					法	案例分析	
	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 3. 物流市场定位的策略	《德邦重新定位自己—做中国“精准物流领导者”》	为迅达物流的快递市场和冷链物流市场进行市场定位。
	2	四、物流服务项目开发	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	《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

					5. 完善项目方案 6. 物流项目开发		
7	2		4.2 物流服务项目的发展策略	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-2	制定物流服务产品策略-品牌策略和生命周期策略	1. 物流服务品牌策略 2. 物流服务策略生命周期策略	你熟悉的物流品牌有哪些？你能讲出他们的成功故事吗？	制定物流服务产品策划书-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	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

				方法			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	制定物流服务策略策略	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	制定物流服务策略策略	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	制定物流服务策略策略	1. 物流服务人员销售和公关策略	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	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 物流客户满意度管理	物流客户满意度管理	1. 物流客户满意战略的实施 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	《日本大和运输公司令客户满意的物流战略》案例分析	物流客户满意度测评报告
14	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	八、物流营销	8.1 物流营销绩效评估	制定物流营销	1. 消费者认知度	阅读《物流营销绩效	制定物流服务营销

		绩效评估	内容	绩效评估体系	2. 消费者行为 3. 中间商 4. 营销创新 5. 财务	评价指标体系》，讨论物流营销绩效评估的内容。	绩效标准
15	2		8.2 物流营销绩效评估的流程	了解绩效评估流程	1. 制定评估计划 2. 确定评估指标 3. 明确绩效标准 4. 确定评估主体 5. 培训评估主体 6. 收集绩效信息 7. 实施绩效评估 8. 撰写评估报告	《项目绩效评估的世行实践》案例分析	制定物流营销绩效评估流程
	2		8.3 物流营销绩效评估的方法	掌握物流营销绩效评估方法	1. 平衡记分卡法 2. 关键绩效法 3. 目标管理法 4. 标杆法 5. 360 度考核法	《平衡积分卡发在物流服务项目绩效评价中的作用》案例分析	编写物流项目营销绩效评估报告
	课程总学时			——			56