

南昌理工学院

精品课程申报表

申报院部(盖章) 工商管理学院

课程名称 市场营销学

课程类型 理论课(不含实践) 理论课(含实践) 实验(践)课

所属一级学科名称 管理学

所属二级学科名称 工商管理

课程负责人 曹会勇

南昌理工学院 制

2017 年 6 月 16 日填表

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、 涉密内容不填写，有可能涉密和不宜大范围公开的内容，请在说明栏中注明。
- 四、 除课程负责人外，根据课程实际情况，填写 1~4 名主讲教师的详细信息。
- 五、 本表栏目未涵盖的内容，需要说明的，请在说明栏中注明。

一、课程负责人

1、基本信息

1-1 基本信息	姓名	曹会勇		性别	男	出生年月	1980.9
	最终学历	研究生	职称	副教授		电话	13870057648
	学位	博士	职务	工商管理学院院长		传真	
	所在院系	工商管理学院		E-mail		769706484@qq.com	
	通信地址（邮编）	南昌理工学院英雄校区工商管理学院 邮编 330044					
	研究方向	营销管理					

2、教学情况

(1) 近五年讲授的主要课程

时间	课程名称	周学时	总学时	班级	总人数	教学质量校考评等级
2013-2017	市场调查与预测	3	48	15 市营、14 工管、13 工管	约 48 人	优
2013-2017	广告学	3	48	13 工管（专）	约 185 人	优
2013-2017	市场营销学	3/4	48/64	15 市营、14 市营、15 工管	约 295 人	优
2013-2017	广告理论与实务	3	48	15 市营（本）	65 人	优

(2) 近五年承担的实践性教学

时间	课程名称	总学时	班级	总人数
2013-2017	市场调查与预测	26	15 市营、14 工管、13 工管	约 480 人
2013-2017	毕业论文指导	8	09 级市营、10 级市营、11 级市营、12 级市营、13 级市营	约 40 人
2013-2017	广告策划	8	15 市营	67 人

(3) 近五年作为第一署名人在国内外主要刊物上发表的教学相关论文

题目	刊物名称	级别	时间
民办高校问题大学生多维度诱因及矫正策略	东方教育	省级普通	2015.09
民办高校“问题大学生”的特征及表现类型	华人时刊	省级普通	2015.10

(4) 获得的教学表彰/奖励

奖项名称	授予单位	署名次序	时间	备注
全国应用型人才综合技能大赛	教育部	第一	2015年12月	三等奖
江西科技创新与职业技能大赛	江西省教育厅	第二	2015年12月	三等奖
江西科技创新与职业技能大赛	江西省教育厅	第一	2016年12月	二等奖
全国应用型人才综合技能大赛	教育部	第一	2016年12月	一等奖

3、学术研究

(1) 近五年来承担的学术研究课题

课题名称	课题类别	来源	年限	本人所起作用	鉴定情况
民办高校“问题大学生”多维度诱因及教育策略研究	高校人文社科青年基金	教育厅	2012	调研	已结题
江西高职院校提升学生幸福指数的研究	教改	教育厅	2013	调研	已结题
高职院校市场营销专业实践教学体系的构建与应用	教改	教育厅	2011	调研、教学体系构建	已结题

(2) 近五年在国内外主要刊物上以第1署名人发表的学术论文

题目	刊物名称	级别	时间	署名次序	备注
政府的起源、本质及监管-论政府在经济中的角色	江西社会科学	SCI	2013.11	第一	
城镇居民中低收入群体通货膨胀承受能力研究—基于江西宏观面的实证分析	学术界	CSSCI	2016.1	第一	

二、主讲教师

1、主讲教师情况(1)

2(1)-1 基本 信息	姓 名	伍应环	性 别	女	出生年月	1979. 3
	最终学历	本科	职 称	副教授	电 话	13870946656
	学 位	硕士	职 务	教研室副主任	传 真	
	所在院系	工商管理学院		E-mail	87822460@com	
	通信地址（邮编）	南昌理工学院英雄校区工商管理管理学院 邮编 330044				
	研究方向	营销策划、营销管理				
2(1)-2 教学 情况	<p>近五年来讲授的主要课程：</p> <p>1、市场营销学,专业基础课,周学时 4,届数 3,学生总数 295 人；</p> <p>2、市场调查与预测,专业课主干课程,周学时 3,届数 3,学生总人数 482 人；</p> <p>3、广告学，专业课主干课程,周学时 3,届数 2,学生总人数 121 人；</p> <p>承担的实践性教学：</p> <p>1、5 年承担的学生课程集中实践人数约 450 人；</p> <p>2、5 年承担的毕业生实习和毕业论文学生人数约 40 人。</p> <p>主持的教学研究课题：</p> <p>1、作为第三主持人完成江西省教育厅教改课题《高职院校市场营销专业实践教学体系的构建与应用》2008-2010 年。</p> <p>2、作为第二主持人主持江西省教育厅教改课题《民办高校院（系）教学质量保障体系的研究》，2009-2011 年。</p> <p>3、作为第二主持人主持江西省教育厅教改课题《高校党员教育管理网络化创新与研究》2013-2015 年</p> <p>参编的教材：①第二编著《企业管理实务与操作》，大连理工大学出版社，2006 年 10 月。</p>					
2(1)-3 学术 研究	<p>近五年来承担的学术研究课题：</p> <p>1、作为第三主持人完成江西省教育厅教改课题《高职院校市场营销专业实践教学体系的构建与应用》2008-2010 年。</p> <p>2、作为第二主持人主持江西省教育厅教改课题《民办高校院（系）教学质量保障体系的研究》，2009-2011 年。</p> <p>3、作为第二主持人主持江西省教育厅教改课题《高校党员教育管理网络化创新与研究》2013-2015 年</p> <p>学术论文：</p> <p>1、《信息时代的营销渠道变革》、CN11-4015/F、《商业时代》(核心)、2012.11</p> <p>2、《Process and technology research on information management of agricultural disaster prevention and reduction》、《Materials Science、Computer and Information Technology》(EI)、2014、</p>					

	3、《我国家电零售连锁企业如何 PK 百思买》、CN36-1122/N、《科技经济市场》、2007.3、 4、《民办高校市场营销专业实践教学体系的构建》、CN11-5595/N、《科技与生活》、2010.11 5、《民办高校院系教学管理职能作用的分析与思考》、CN50-1058/F、《知识经济》、2013.4
--	---

2、主讲教师情况（2）

2(1)-1 基本 信息	姓 名	刘志高	性 别	男	出生年月	1965. 01
	最终学历	大学本科	职 称	讲师	电 话	18046800978
	学 位	学士	职 务	教师	传 真	
	所在院系	工商管理学院		E-mail	921967057@qq.com	
	通信地址（邮编）	南昌理工学院英雄校区经济管理系 邮编 330044				
	研究方向	市场营销、管理学、企业管理				
2(1)-2 教学 情况	<p>近五年来讲授的主要课程： 市场营销学，销售管理，品牌管理，商务谈判等专业基础课,周学时 4,届数 5,学生总数 343 人；销售管理,专业课,周学时 3,届数 2,学生总人数 276 人。</p> <p>承担的实践性教学:5 年承担的实习和毕业论文学生人数约 40 人。</p> <p>主持的教学研究课题： 作为主持人完成江西省教育厅教改课题《情景模拟教学法在商务谈判实践教学中的运用研究》，2014-2016 年。 参与江西省教育厅教改课题《民办高校院校教学质量保障机制研究》，2012-2014。 参与江西省教育厅教改课题《销售管理实践教学改革与应用研究》，2015-2017。</p> <p>教学表彰： ①指导 2016 年大学生简历大赛获三等奖。</p> <p>主编的教材： ①第二编著《销售管理》，南京大学出版社，20016 年 10 月。 ②第三编著《物流管理》，南京大学出版社，2016 年 10 月。</p>					
2(1)-3 学术 研究	<p>近五年来承担的学术研究课题： ①作为主持人完成江西省教育厅教改课题《情景模拟教学法在商务谈判实践教学中的运用研究》，2014-2016 年。 ②参与江西省教育厅教改课题《民办高校院校教学质量保障机制研究》，2012-2014。 ③参与江西省教改 2015 年项目《销售管理实践教学改革研究》，2015-2017。</p> <p>学术论文： ①《大数据环境下企业管理模式创新研究》，《宏观经济管理》，2016 年 12 月。 ②《经管类专业管理信息系统课程教学的困境与改革突破》，《中国教育学刊》，2016 年 12 月。 ③《模拟商务谈判实践教学流程及主要内容》，《新教育时代》，2016 年 4 月。 ④《模拟商务谈判实践教学探索》，《中外交流》，2016 年 1 月。</p>					

3、主讲教师情况（3）

2(1)-1 基本信息	姓 名	葛佳	性 别	女	出生年月	1983. 2
	最终学历	研究生	职 称	讲师	电 话	13517085340
	学 位	硕士	职 务	教师	传 真	
	所在院系	工商管理学院		E-mail	50524467@qq.com	
	通信地址（邮编）	南昌理工学院英雄校区工商管理系 邮编 330044				
	研究方向	市场营销学、国际贸易				
2(1)-2 教学 情况	<p>近五年来讲授的主要课程：市场营销学，专业基础课,周学时 4,届数 3,学生总数 650 人；国际贸易学,专业课,周学时 3,届数 5,学生总人数 800 人。</p> <p>承担的实践性教学:5 年承担的实习和毕业论文学生人数约 50 人。</p> <p>主持的教学研究课题：</p> <p>①2016 年江西省“十三五“教育规划” 课题《民办高校抗挫折教育研究与实践》主持，在研</p> <p>②2017 年江西省高校人文社科研究课题《基于应用型人才培养模式下的民办高校校园文化建设研究与实践》，主持，在研。</p> <p>③2015 年江西省高等学校教学改革研究课题：民办应用型本科高校信用证教学改革研究——以南昌理工学院为例，参与，已结题；</p> <p>④2016 年江西省高等学校教学改革研究课题：国际物流教学中三相四体教学模式设计研究，参与，在研。</p> <p>教学表彰： 指导学生参加全国大学生简历大赛，获三等奖。</p> <p>主编的教材：《商务管理》，清华大学出版社，2015 年第 2 版。</p>					
2(1)-3 学术 研究	<p>近五年来承担的学术研究课题：</p> <p>①2016 年江西省“十三五“教育规划” 课题《民办高校抗挫折教育研究与实践》主持，在研。</p> <p>②2017 年江西省高校人文社科研究课题《基于应用型人才培养模式下的民办高校校园文化建设研究与实践》，主持，在研。</p> <p>③2015 年江西省高等学校教学改革研究课题：民办应用型本科高校信用证教学改革研究——以南昌理工学院为例，参与，已结题；</p> <p>④2016 年江西省高等学校教学改革研究课题：国际物流教学中三相四体教学模式设计研究，参与，在研。</p> <p>学术论文：论文：</p> <p>①《中国企业应对反倾销的对策》发表于《中外企业家》杂志 2013 年总第 420 期；</p> <p>②《我国金融发展对国际贸易的影响分析》发表于《决策与信息》杂志 2013 年 10 月版；</p> <p>③《构建有效防范金融风险的管理机制》发表于《中小企业管理与科技》杂志 2009 年 5 月版；</p>					

④ 《论国际贸易的可持续发展》发表于《商情》杂志 2009 年 8 月；
⑤ 《中小企业参与国际贸易的路径选择》发表于《改革与开放》杂志 2009/6B。

三、教学队伍情况

1、人员构成

姓名	性别	出生年月	职称	学科专业	在教学中承担的工作
曹会勇	男	1980.06	副教授	市场营销	任务管理、教研
伍应环	女	1979.03	副教授	市场营销	课程主讲、教学研究
严明	男	1963.04	副教授	市场营销	课程主讲、教学研究
葛佳	女	1983.02	讲师	市场营销	课程主讲、教学研究
刘志高	男	1965.01	讲师	商业经济	课程主讲、教学研究
吴婧	女	1985.06	讲师	市场营销	课程主讲、教学研究
贺静	男	1983.03	讲师	市场营销	课程主讲、教学研究

2、教学队伍整体结构

(1) 学历结构 (不含主持人)

姓名	主要学历	专业	学位	备注
伍应环	研究生	市场营销	硕士	
严明	研究生	企业管理	硕士	
葛佳	研究生	工商管理	硕士	
刘志高	本科	商业经济	学士	
吴婧	研究生	工商管理	硕士	
贺静	研究生	市场营销	硕士	

(2) 师资配置情况

教学队伍的知识结构、年龄结构、学缘结构、师资配置情况 (含辅导教师或实验教师与学生的比例)

教学队伍的学历结构: 本课程教学队伍目前共有 7 名教师, 其中 1 人博士、5 人为硕士, 整

体学历学位层次高。职称结构为副教授 3 人, 讲师 4 人, 经济师 1 人, 梯队职称、学历结构合理。

教师队伍年龄结构: 本课程 7 名教师中, 40-50 岁者 4 人, 30-39 岁者 2 人, 30 岁以下者 1 人平均年龄 37 岁。梯队年龄结构较合理。

教师队伍学缘结构: 7 名任课教师中工商管理学科毕业的 3 人, 市场营销毕业 3 人, 商业经济毕业 1 人, 毕业于江西师范大学、西南石油学院、西北大学、安徽财贸学院、江西财经大学 (2 人)。

师生比: 理论课师生比 1: 10, 实训课 1: 7。

(3) 教学改革与教学研究

近五年来教学改革、教学研究及其解决的问题

- ①持续开展了本课程知识体系和教材的教改与教研工作,编写了 2 本配套教材。
- ②完成了本课程教学指导思想和教学方法的教改和教研工作申请立项省教改课题 1 个。
- ③采用了一整套符合本课程教学规律的现代化辅助教学手段,制作了市场营销学科理课件。

主要解决的问题有:

- ①课程知识体系的创新;
- ②课程的高水平教材建设问题;
- ③课程教学指导思想;
- ④课程理论教学的方法问题;
- ⑤课程实践教学的方法问题,
- ⑥课程的考核方法与手段问题。

(4) 师资培养

近五年培养青年教师的措施与成效

- ①坚持每周教研室例会,讨论教学内容、要求,重点抓好集体备课,把住、把好备课环节。
- ②在承担的院管教学科研课题实施中,在发挥教研室学科带头人和学术骨干作用的同时,给年轻教师提供锻炼机会,组织教研室老师团结合作,共同努力完成好教学科研任务。
- ③教研室内部组织资深教师示范教学、青年教师教学点评来培养青年教师教学法。
- ④创造条件,提供机会,让年轻教师在教学实践中迅速成长。
- ⑤让年轻教师有进修提高的机会,外出学习提高。⑥制定学科带头人和中青年骨干教师、优秀青年教师、教师继续教育等一系列加强教师队伍建设的有关措施,并组织实施。

4. 课程描述

4-1 本课程校内发展的主要历史沿革

2000年江西航天科技职业技术学院(南昌理工学院前身)成立经济管理系,《市场营销学》课程成为经济管理类学科的基础课,主要培养对象为高职生。

2005年,我院升格为本科院校,教学对象主要面对本科生。《市场营销学》课程成为学校经济及管理类专业和其他相关专业的专业基础课程。

2007年,课题组成员申报江西省教改课题《市场营销教学案例库》,2010年申请结题。

2011年《市场营销学》课程申报列入南昌理工学院院级精品课程建设。学院在政策、资金、师资配备等方面予以有力的支持。成立了《市场营销学》课程组,何忠保副教授为课程负责人,该课程主讲教师由张武根、伍应环两位讲师担任。

2016年《市场营销学》课程教学团队的师资队伍发展壮大,课程负责人是伍应环副教授,主讲教师是伍应环副教授,刘志高讲师、葛佳讲师。

近几年来,依据课程建设规划,参照江西省省级精品课程评审要求,经过课程组全体教师的共同努力,形成了教学条件充分、教学资料建设成果显著、师资队伍结构合理、充满教学改革活力、教学改革富有成效、教学质量得到良好体现、教学目的明确、教学管理制度健全的课程体系。形成了以下特色:1. 理念鲜明,突出中国式应用:课程目标定位于培养应用型营销人才,培养四个能力要素:知识、技能、态度、素质;2. 强化基础,体系齐全:教学内容上强调市场营销理论、知识、技能培养,教学体系上资源丰富、教学资料建设成果显著、师资队伍结构合理、充满教学改革活力、教学管理制度健全;3. 教学方法多样:以学生为中心,采用启发互动式教学理念,运用课堂讲授、调查访问、专题研讨、多媒体、案例分析等多种教学手段。

4-2 理论课或理论课（含实践）教学内容

4-2-1 结合本校的办学定位、人才培养目标和生源情况，说明本课程在专业培养目标中的定位与课程目标

1、本校的办学定位、人才培养目标和生源情况

我校办学突出面向社会的办学方向，贯彻以就业为导向、以服务为宗旨的办学方针，培养高技能应用型人才。我校目前设有 50 个专业（84 个专业方向），其中省级示范性专业 2 个，省级示范性建设专业 3 个。2006 学年全日制在校生规模近五万人，近三年的新生报到率在 90% 以上。

2、课程定位

我系开设的管理类专业有工商管理、人力资源管理、市场营销、旅游管理、物流管理、航空乘务管理、经济学、会计学、会计电算化、国际贸易等专业，在校生规模为 4500 多人。管理类专业的培养定位是具有完整的人格道德、精湛的专业技能和优秀职业素质的“基层管理人”。市场营销学是我系管理类各专业的一门训练学生管理能力的专业基础课。课程目标是为后续专业课程的学习和成为一名营销工作者奠定良好的营销知识基础和营销管理能力基础。

3、课程教学目标

市场营销学是我院管理类各专业的一门训练学生管理能力的专业基础课。课程目标是为后续专业课程的学习和成为一名营销工作者奠定良好的营销知识基础和营销管理能力基础。

通过课堂理论学习、技能训练和社会实践活动，使学生比较全面系统地掌握市场营销的基本原理和 4P 营销组合的方法。树立现代市场营销的思想观念，培养和提高作为营销工作者应具备的素质和能力，使学生具有适应激烈竞争环境的市场营销能力和进行再学习的能力。

4、教学内容的设计

按照课程建设“注重能力培养，持续改进，不断提高教学质量”的目标，依据学科基础课的课程定位。在课程内容体系的设计上，我们本着“博采众长，先后衔接，自我完善”的宗旨，经过反复研讨和论证，充分借鉴国内外专家学者的研究成果，仔细遴选，确定了课程教学内容的基本框架结构体系。

4-2-2 知识模块顺序及对应的学时

本课程计划学时为 48 学时。

1) 理论学时分配

章节	教学内容	学时	讲授学时	实践学时
第 1 章	市场营销学导论	2	1	1
第 2 章	市场与市场需求	2	2	
第 3 章	市场营销环境	6	5	1
第 4 章	顾客购买行为	4	4	
第 5 章	市场营销调研	6	4	2
第 6 章	STP 营销战略	4	2	2
第 7 章	竞争性营销战略	2	2	
第 8 章	产品策略	6	4	2
第 9 章	价格策略	4	4	
第 10 章	渠道策略	6	4	2
第 11 章	促销策略	6	4	2
合 计		48	36	12

2) 实践学时分配

序号	实践项目名称	学时	实践内容及目的	备注
1	课堂讨论	1	市场营销与销售 目的：让学生深入理解市场营销的真正内容	
2	课堂讨论	1	经济危机对产品市场的影响 目的：培养学生对环境因素的认识能力	可以就一种产品或市场而言
3	课堂讨论	2	学生群体在购买手机（或其他产品）时的相关需求与行为 目的：培养学生分析消费者需求与行为的能力	学生课前先收集资料
4	课堂讨论	2	分析牙膏的目标市场营销过程（以牙依牙膏为实例） 目的：培养学生对 STP 战略的运用能力	
5	案例分析	2	农夫果园成功的秘诀 目的：让学生理解整体产品概念以及产品策略	
6	案例分析	2	“格力”渠道模式的产生与变迁 目的：培养学生对产品渠道的认识能力	

7	案例分析	2	一个经销商失败的促销 目的：让学生掌握各种促销方法以及促销策划的过程	
总计		12		

4-2-3 课程的重点、难点及解决办法

重点、难点：作为专业基础课，“市场营销学”的重点是向学生传授市场营销基本理论的主要内容和营销实践中的运用，强调营销理论与实践之间的联系，激发学生学习本门课程的兴趣。难点是如何使没有任何实践经验的本科生去很好地理解营销的理论和方法，如何在不能参加真实营销实践的情况下去培养他们营销的能力和技巧。

解决办法：为了解决上述重点和难点问题，我们采取的主要办法有三：一是在上课过程中引入大量的营销故事、经典的案例，通过营销故事形象地说明营销的基本理论和方法；二是在进行理论讲授的同时安排实践课程，包括案例讨论、角色扮演、校园体验、模拟营销等校内模拟活动和调查访问、校外参观、暑期顶岗实习；三是加强教师与学生之间的交流和互动，如邮件回复、问卷调查等形式，通过充分了解学生学习情况来掌握讲授的难度和深度。

4-2-4 实践教学活动的的设计思想与效果（不含实践教学内容的课程不填）

坚持营销能力培养为主线、以理论知识的运用为途径、以关键能力培养为核心。把营销知识与社会营销、企业营销、个人营销结合起来培养学生基本营销技能。

- 1、构建以实践能力达标训练为目的的基本技能、专业技能和实践能力培养的实践教学体系，加大实践教学环节力度，突出实践教学的重要地位。
- 2、加强专业能力训练，突出营销实践能力培养，制定并实施以专业技能达标训练为目的的《市场营销课程教学实习考核办法》，以及以营销实践应用能力培养为目的的《实践教学大纲》。
- 3、实施技能训练的“八个一工程”即：选配一名导师，组建一个学会或讲习中心，参加一个竞赛，策划一个项目，建立一个模拟公司，深入一个产品或企业，撰写一篇毕业论文，毕业实习与就业一条龙。
- 4、积极建立实践训练基地，实施校企合作教学。
- 5、实践教学的预期效果
 - (1) 优化和改革了市场营销课程专业技能培养的模式及手段；
 - (2) 形成了产学研三者的有机结合；
 - (3) 毕业生就业率得到明显提高。

4-2 实验（践）课教学内容

4-2-1 课程设计的思想、效果以及课程目标

坚持营销能力培养为主线、以理论知识的运用为途径、以关键能力培养为核心。把营销知识与社会营销、企业营销、个人营销结合起来培养学生基本营销技能。

通过实践教学使学生对实践中的现象有了新的感悟，并对中国企业营销现状有了初步认识，学会了如何管理好自己的大学生活。另外，学生普遍反映实践教学不仅让他们更深刻掌握了营销学的基本理论与方法，更重要的是拓宽了他们的视野，提高了他们分析问题和解决问题的能力。

4-2-2 课程内容（详细列出实验或实践项目名称和学时）

本课程实训教学总时数为 12 学时，具体实训内容与课时分配见课时分配表。

章节	实践项目名称	课时分配	实践内容及目的	备注
第 1 章	课堂讨论	1	市场营销与销售 目的：让学生深入理解市场营销的真正内容	
第 3 章	课堂讨论	1	经济危机对产品市场的影响 目的：培养学生对环境因素的认识能力	可以就一种产品或市场而言
第 5 章	课堂讨论	2	学生群体在购买手机（或其他产品）时的相关需求与行为 目的：培养学生分析消费者需求与行为的能力	学生课前先收集资料
第 6 章	课堂讨论	2	分析牙膏的目标市场营销过程（以牙依牙膏为实例） 目的：培养学生对 STP 战略的运用能力	
第 8 章	案例分析	2	农夫果园成功的秘诀 目的：让学生理解整体产品概念以及产品策略	
第 10 章	案例分析	2	“格力”渠道模式的产生与变迁 目的：培养学生对产品渠道的认识能力	
第 11 章	案例分析	2	一个经销商失败的促销 目的：让学生掌握各种促销方法以及促销策划的过程	
总计		12		

4-2-3 课程组织形式与教师指导方法

- (1) 案例分析。老师在指导时既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。
- (2) 专题研讨。一般是由教师提出一个特定的营销问题讨论，事后形成文字材料。
- (3) 模拟公司系列实训。经过组建模拟公司，使学生对实际营销管理过程有更深的体验。
- (4) 调查与访问。教师带队组织学生深入社会，对某一品牌产品消费者满意度进行市场调查。
- (5) 岗位见习。暑期到企业进行营销见习。
- (6) 模拟营销。由教师事先准备好模拟营销道具，让他们在非正式的情景下学会营销技巧
- (7) 网络冲浪。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解现实企业状况，搜集最新信息，学习最新营销知识，思考与分析现实模拟营销问题。

4-2-4 考核内容与方法

本课程理论教学环节按照考试的办法进行考核，该考核占本课程总成绩的 70%。本课程实践教学考核占 30%：其中课堂发言占实践成绩的 10%，上交书面报告质量占 10%，模拟营销占 10%。以营销管理技能考核为主线，建立开放式、全程化考核。

4-3 教学条件（含教材选用与建设；促进学生自主学习的扩充性资料使用情况；配套实验教材的教学效果；实践性教学环境；网络教学环境）

（一）教材选用与建设

1、教材选用

为了保证教学活动的正常开展，南昌理工学院成立了学术（教材）委员会对教材选择进行定期的评审。南昌理工学院学术（教材）委员会行使教材编写、选用、审批权力，从制度上阻止质量低劣的教材进入课堂。《市场营销学》课程在教材的选用上，严格遵守南昌理工学院教材选用的制度和程序，本着选取优秀教材的原则，在充分考虑学生的状况、课程定位的基础上，选择了王槐林、李林主编，北京大学出版社出版《市场营销学》，投入使用后效果良好。

2、教材建设

2016年，我院开始市场营销学教材建设，由课程组成员伍应环任副主编编辑了《市场营销学》，这本教材计划由南京大学出版社2017年10月出版，该教材的规划以下特色：（1）强调基础性。（2）突出实用性、实践性。（3）体现了市场营销学领域里最新的营销管理思想与理念。

3、实训教材的建设

现正在着手实训教材的建设，希望该教材在加深学生对营销理论的理解，培养学生营销管理技能方面能发挥积极的作用。

4、辅导教材的建设

现正在着手编辑《市场营销案例库》、《市场营销题库》、《市场营销试题库》、《实训指导书》。

5、学生学习用网络资源

主要提供教学光盘和大量与市场营销学课程有关的网址，促进学生主动性学习能力的提高，这些网址是：

- 1、中国营销传播网：<http://www.emkt.com.cn/>;
- 2、中国市场营销网：<http://www.ecm.com.cn/>;
- 3、现代营销 <http://www.xdyx.com.cn/>
- 4、中国经营报：<http://www.cb.com.cn/>;
- 5、《商业时代》杂志社：<http://www.ectime.com.cn/>
- 6、中国管理传播网：<http://manage.org.cn/>
- 7、行销网：<http://www.xingxiao.com/>
- 8、网上新观察：<http://www.marketingman.net/>
- 9、营销人网：<http://www.yingxiaoren.net/>
- 10、中国营销在线：<http://www.2332.net/>
- 11、中国网络营销网：<http://www.dowww.com/>
- 12、数字化营销科研网：<http://www.21emarket.net>

（二）实践教学实施与环境

本课程注重实践性教学，实践教学条件能够满足教学要求；能够进行开放式教学；取得了明显的效果。目前已建立了以多媒体教学为主线，建立多媒体课件、立体化教材、网上资源、第二课堂、企业基地融为一体的实践教学手段条件体系。

1、综合运用多种模拟实践教学的形式

在《市场营销实训指导书》中，设计有多种模拟实践教学的形式，具体形式主要有：

- (1) 案例分析讨论;
- (2) 角色扮演;
- (3) 模拟营销;
- (4) 调查与访问;
- (5) 岗位见习等;

2、建立了多个企业实训基地

建立了南昌航天科技集团公司、江西清华泰豪股份公司、江铃汽车股份公司、校内素质拓展基地等多个企业实训基地，与上述公司开展了紧密的合作。一方面邀请上述公司长期奋战在企业营销管理一线岗位的优秀营销者为学生举办专题讲座和进行研讨交流，另一方面带领学生外出参观访问与实地调研，在假期安排学生在实训基地顶岗实习，从而使理论教学有效地转化为实践技能。

3、网络教学资源

南昌理工学院网站，拥有丰富的校内资源与网上资源。其校内资源中的“图书馆”，有大量的中英文数据库，供师生网上查阅资料。

本着方便学生学习的宗旨，课程组充分利用学院的网络条件和网络资源建立了较为完整的《市场营销》网络课堂，对改善教学环境，发挥了积极的作用。教学资源如市场营销学电子课件、《市场营销案例库》、《市场营销题库》等争取全部上网，以方便学生课外阅读。学生可以通过电子邮件、论坛等形式与教师交流、讨论，从而提高学生课外学习能力。

4-4 教学方法与手段（举例说明本课程教学过程使用的各种教学方法的使用目的、实施过程、实施效果；相应的上课学生规模；信息技术手段在教学中的应用及效果；教学方法、作业、考试等教改举措）

（一）教学方法

为了更好地体现“一二三四”教学特色，我们的教学主要采用如下一些方法：

1、互动启发式教学

以问题为导向，开启学生的思维，增强学生的注意力，提高其听课兴趣，达到高质量的教学效果，并通过小组讨论，头脑风暴等方式，培养学生的思考、表达等能力和团队精神。

2、案例分析与情景模拟式教学

结合国内外最新、最具代表性的营销管理案例进行课堂教学，促使学生关注现实问题，激起其将理论运用于实践的尝试热情，培养学生分析和解决实际问题的能力。

3、团队学习

主要是联系国内外实际、企业成功实际、学校实际、个人实际引导学生读书、教学生怎样读书，除了告诉本课程的需要阅读的经典文献外，我还告诉他们比较好的一些营销学学术期刊，通过分工学习不同内容，然后集中介绍各自的学习内容、学习心得，实现知识共享。

4、5分钟课堂演讲

通过学生讲授，锻炼学生的语言表达能力，提高学生的资料收集整理能力，提高学生的综合分析能力。

5、专家现场授课

为了增加学生对营销工作的理解，便于更好的学习和消化课本知识，在教学中我们根据实际情况聘请专业营销人士举办讲座，通过感性认识，来强化理性认识，提高教学效果。

（二）教学设计

从教学的准备到教学的实施是一个系统过程。教学的成功首先是教学设计的成功，也就是学生知识、技能、态度、素质的全面提升。体现在教学目标和内容、师生关系、学习方式、媒体使用等多个方面的设计理念转变。

1、以学生为中心，师生互动。

以学生对知识学习的动态过程来控制教学，在这种理念指导下的教学设计表现出很强的灵活性，学生成为课堂的中心，成为学习的主体，这样虽然增加了讲课的风险和难度，但广大的学生成了最终受益者。

2、学生由被动变为主动学习。

通过趣味故事或游戏的引导，让学生对所要学习的内容自己作出判断和分析，然后再由老师给出分析的结论和依据。这样鼓励学生进行研究性学习、主动思考，由被动学习变为主动学习。

3、注重实践教学，综合运用多种模拟实践教学的形式

模拟实践，是一种介于直接实践教学与理论教学之间的一种特定形式。即在课堂内营造营销情景，使学生象实际营销者那样开展营销工作。

4、建立纸质、声音、电子、网络等多种媒体构成的立体化教学载体

课程学习资料《市场营销案例库》、《市场营销习题库》、《市场营销试题库》、《实训指导书》、市场营销多媒体课件、相关参考书目、市场营销网络课程、名家视频讲坛、市场营销案例、在线交流等教学辅助资

本着方便学生学习的宗旨，课程组充分利用学院的网络条件和网络资源建立了较为完整的《市场营销学》网络课堂，对改善教学环境，发挥了积极的作用。其现代教育技术的应用主要体现在以下一些方面：

1、电子课件的制作和运用

我校鼓励各门课程使用电子课件进行教学，在每栋教学楼其中的一层各教室都配备了投影仪和笔记本电脑的接口，有的教室还配备了台式电脑。市场营销学课程组统一制作了图文并茂的市场营销学多媒体电子课件（PPT），为课程教学的规范性提供了工具。老师们可以根据各个课堂的特点进行修改。多媒体电子课件的运用，大大增加了课堂教学的信息量和直观性。特别是通过链接可以迅速、方便地将事先录制的一些实景和画面进行展示，活跃了课堂气氛，提高了可观赏性。

2、音像片的运用

在学院领导的支持下，收集了大量的中国精品市场营销课程的资料，在课程教学中播放给同学观看和讨论。

3、教学软件包的制作和使用

教学软件包的制作和使用，在市场营销学课程中是一个新的尝试。我们设计制作了内容包括《市场营销案例库》、《市场营销题库》、《市场营销学教案》、《市场营销学教学大纲》、《市场营销学教学 PPT》、《市场营销学实践教学大纲》、《市场营销学实训指导书》等辅助“软件包”，提供给教师及学生以配合理论教学，加强技能训练，保证学生技术应用能力的提高。

4-5 教学效果（含校外专家评价、校内教学督导组评价及有关声誉的说明；校内学生评教指标和校内管理部门提供的近三年的学生评价结果）

1、同行评价

课程建设得到了院内外专家的肯定。2010年12月，《市场营销学》课程申报院优秀课程，专家组对课程建设的评审意见：“该课程自2010年以来作为重点建设课程得到了院系领导和课程组老师的高度重视，取得了较好的建设效果，在教学内容规范化，教学方法和教学手段先进性，教学管理和教学改革，师资队伍建设均取得了明显的成就。专家组认为，该课程建设评估资料齐全、规范，课程建设效支治学果显著，该课程达到了院级优秀课程标准。”

2、学校督导组评价

督导评价为：该课程具有一严谨、教学经验丰富、教学业务水平高的教师队伍。教师队伍的学历结构、专业结构和学缘结构合理，教学资源条件建设取得了显著的成果。课程的网络教学资源可以用于校内外师生的教学。课程内容设计和教学环节、方式、手段、考核等的设计充分体现了高职教育以培养职业能力为目标的特点。学校师生对该课程的教学效果给予了高度的评价。

3、学生评教

学生对课程教学效果的评价，我们采用两组指标进行评价。

一组是“管理学课程组近三年学生打分情况一览表”（此表由每年教务处组织的教师教学质量评价统计资料整理得出）。课程组教师三年平均得分为82.4。另一组是“管理学课程教学效果调查统计表”。从教务处反馈的教学效果统计调查表的分析中，可反映出毕业班学生对课程的评价也是比较满意的。从总体上看，学生的满意率达到99.1%（其中，非常满意率为39.2%），不满意率为0.9%。学生总体满意率=39.2%+36.5%+23.4%=99.1%，具体如下表：

	非常满意(%)	比较满意(%)	基本满意(%)	不满意(%)
2014-2015 年度	41.3	33.8	23.8	1.1
2015-2016 年度	39.5	40.5	19.2	0.8
2016-2017 年度	36.8	35.2	27.2	0.8
平均值	39.2	36.5	23.4	0.9

具体评价：该课程近三年学生教学评估得分都在90分以上，教学效果突出，教师始终坚持“尊重学生、热爱学生、要求学生、帮助学生”的原则，教书育人，其高尚的师德，严谨的教风，创新的教学法，使一届又一届学子都深受教益。学生普遍认为老师授课认真、投入，语言风趣、生动，理论联系实际。附.学生评教指标：

- （1）对教学责任心强，为人师表，教书育人。
- （2）乐于与学生交流、沟通。
- （3）对学生要求严格，注意课堂纪律，

- (4) 备课充分，内容充实，能考虑到学生的接受程度。
- (5) 善于组织和控制教学过程，达到流畅、有节奏感，层次分明。
- (6) 教学方法灵活多样，能充分调动粗学生积极性。
- (7) 专业水平高，教学中能理论联系实际，注重实践动手能力和技能训练。
- (8) 能灵活运用现代教育技术（多媒体），效果好。
- (9) 专业知识水平（含实践技能）及教态、口头表达能力，板书胜任教学要求。
- (10) 教学整体效果好，注重培养学生的综合素质及职业能力。

4-6 课堂录像（课程教学录像资料要点）

本课程的课堂教学录像资料正在录制中，主讲老师分别由伍应环副教授、刘志高和葛佳讲师担当，近期即将完成全部教学视频录制和后期剪辑制作。

5. 自我评价

5-1 本课程的主要特色及创新点（限 200 字以内，不超过三项）

（一）课程特色

1、课程建设目标：本课程的建设目标是进一步加强师资队伍建设，争取引进功能更强的教学管理软件，不断完善、更新网络教学的平台和网站，更好地通过情景模拟提高学生的营销管理能力。强化参与式教学的强度、更新教学内容，提高教学质量，力争将市场营销学课程建设为院精品课程中优秀、具有自我特色的课程。

2、实施步骤：继续加强教师队伍建设；不断修改、充实、完善相关内容；不断完善、更新网络教学的平台和网站； 积极地开展教学研究；持续更新和完善已经上网的教学资源，保证教学资源和相关资料的时效性和完整性。

（二）课程设计与规划

几年来，依据江西省教育厅有关要求和重点课程建设规划，经过课程组全体教师的共同努力，对《市场营销学》课程进行了系统的建设，建成了《市场营销学》教学三大支持系统，其框架如下：应用性教学系统、教师培训系统、营销管理能力培训系统。

形成了以下课程特色：

1. 理念鲜明，突出中国式应用：课程目标定位于培养应用型营销管理人才，培养四个能力要素：知识、技能、态度、素质。

2. 强化基础，体系齐全：教学内容上强调营销基础知识、基本思想，教学体系上资源丰富、教学资料建设成果显著、师资队伍结构合理、教学管理制度健全。

3. 教学方法多样，趣味性、参与性强：以学生为中心，采用启发互动式教学理念，运用课堂讲授、调查访问、专题研讨、模拟营销、案例分析等多种教学手段。

5-2 本课程与省内外同类课程相比所处的水平

本课程在教学理念与思想、课程体系、教学资料完备性、多媒体课件方面在省内外处于前列。

课题组成员主编了市场营销学的整套教材和市场营销教学案例库，提高了教师的理论素养；丰富了教学资料配备，拓宽了老师的知识面；主持并完成多项省级教改课题和学术研究课题，拓宽了我们的视野，有助于掌握教育发展的规律与前沿，帮助我们在市场营销教育和市场营销学科发展的大背景下思考“市场营销学”的课程定位和教学改革，有力地推动了课程的改革与建设工作。

5-3 本课程目前存在的不足

1. 目前教学网站的教学录像资料不足、还缺少市场营销管理案例的影像资料。
2. 网上互动平台的建设力度还不够，今后将加强互动平台的建设。
3. 师生利用网络互动学习有待进一步规范和加强。
4. 师资队伍的知识度不强。

6. 课程建设规划

6-1 本课程的建设目标、步骤及五年内课程资源上网时间表

课程建设目标：（拟从五个方面进行建设）：

1. 教师队伍建设主要包括：
 - （1）选送、支持和鼓励课程组老师外出交流、进修和深造。
 - （2）优化课程组师资队伍。引进、补充新的课程组成员，优化职称结构和年龄结构，保证课程组师资队伍的梯队建设。
 - （3）积极培养中青年市场营销管理理论学科带头人。
2. 教材和教学文件建设
 - （1）修订和完善配套和教材建设，特别是要出版理论与实践性结合紧密的教材；
 - （2）修订、扩充和完善现有的教学资源，包括实训指导书。
3. 现代教学手段建设：进一步补充和完善网络教学资源，开展在线讨论和远程教学。

4. 教学与科研建设

(1) 课程组定期或不定期召开教学方法研讨会，交流教学经验。

(2) 鼓励和要求课程组老师加强教学方法和管理研究。鼓励课程组老师撰写和发表与课程建设有关的论文。鼓励课程组老师开展与课程建设有关的专项课题研究。

5. 教学质量建设

定期或不定期开展教学质量检查，继续完善现有的听课制度、挂牌上课制度和学生对授课老师的考评制度。努力提高市场营销管理课程的教学质量。

实施步骤:

1. 按“省级精品课程”的要求进行本课程的建设，同时引进、补充新的课程组成员，优化课程组师资队伍职称结构和年龄结构，保证课程组师资队伍的梯队建设。
2. 修订和完善配套合教材建设，特别是要出版实践性教材，完善教学文件的管理。建立齐全的教学大纲、教学进度表、习题集、讲义、试题库等教学资料。制作或完善本课程的多媒体课件，资料库、模拟实验等。
3. 补充和完善网络教学资源，在网站中建立教师和学生的互动平台，并提供大量的课程阅读材料，供学生自学，经过3年的努力，基本完成课程的全程授课录像上网。

6-2 本课程已经上网资源

网上资源名称列表及网址链接

网上资源名称列表及网址链接

教学大纲:	教案:
课件:	实训大纲:
实训指导书:	案例库:
教学录像:	习题库:
参考文献:	

课程试卷及参考答案链接（仅供专家评审期间参阅）

习题试卷库

7. 院部的政策措施

7-1 所在院部鼓励精品课程建设的措施、实施情况及效果

政策文件：1、借助教育厅精品课程建设计划，我校在原有课程建设的基础上，进一步从思想上明确优质课程建设的意义和目的。

2、启动了“优质课程教材建设计划”的工作

从2006年开始，学校开展了“优质课程教材建设计划”的工作，现已组织立项，加强和推进各级各类优质课程的教材编写和修订工作。各项目的支持额度为1万元。

3、支持优质课程所属的实验室建设和实验教学平台建设

2015年来，学校投入了6000多万元建设了10多个学科大类平台实验室和专业实验室，其中，有5个校级精品课程所属的实验室和实验教学平台项目，建设经费达1500多万元。

4、保证各级各类优质课程的奖励建设经费

我校制定了《关于对优质课程经费支持的若干规定》，明确对各级优质课程的奖励支持额度为：校级优质课程奖励建设经费1万元，省级优质课程奖励建设经费4万元，国家级精品课程除教育部划拨的奖励资金外，学校配套奖励建设经费6万元。

5、在教师的聘任和晋级提薪上对优质课程负责人予以奖励

与对待教学成果获奖者一样，学校在有关文件中明确规定，对省级、国家级优质课程的奖励和教师的聘任与晋级提薪等挂钩，这一规定已经在2016年的教师聘任和工资升级调整中实施。

实施情况及效果：1、近年来，学校已经初步建立了校级、省级、国家级三级精品课程建设工作体系，在人力、物力、经费、制度支撑等方面形成了强有力的保障。

2、近年来，我校已经形成了以省级精品课程建设为核心的、发展趋势良好的课程体系，课程质量及建设水平不断提升，为教学质量的稳步提高提供了可靠保障。

7-2 对本课程后续建设规划的支持措施

除拨付的精品课程建设经费专款专用外，学校还配套建设经费。评为省级精品课程，学校将在给予省级科研项目奖励的基础上，加大投入力度，保证实现课程建设规划的各项条件。以上奖励经费均分两期拨付，每期都按《合同书》要求有明确的任务。只有完成了第一期规定的目标，才能获得第二批奖励经费。此外，各院（系）对获校级以上优质课程也制定了相应的工作量和经费等方面的奖励办法。

学校教务部每年组织专家对精品课程建设情况进行检查和督促。

8. 专家评审意见

评审专家签名：

年 月 日

9. 学校审核意见

(盖章) 学校领导签字：

年 月 日