

网络营销与直播电商专业核心课程标准

专业名称：	网络营销与直播电商
专业代码：	530704
学 制：	三年制高职
适用年级：	2025 级
制订时间：	2025 年 06 月

岳阳现代服务职业技术学院

《市场营销策划》

课 程 标 准

制定人：龙姝亭

数字经济管理学院（部）

二〇二五年六月

目 录

一、课程基本信息

二、课程性质与任务

（一）课程性质

（二）课程任务

（三）学情分析

三、课程目标与要求

（一）课程目标

（二）课程要求

四、课程结构与内容

（一）课程结构

（二）课程内容

五、课程实施与保障

（一）课程实施

（二）课程保障

六、课程考核与评价

七、课程进程与安排

一、课程基本信息

课程名称	市场营销策划	课程代码	0424209
课程学时/学分	34/2	课程类型	专业核心
适应专业	网络营销与直播电商	开设学期	3
执笔人	龙姝亭	制定日期	2025 年 06 月
课程团队成员	龙姝亭、李泽红、张敏、胡航、叶知行		
课程审核	教研室主任：龙姝亭		
	专业带头人：喻建良		
	二级学院（部）负责人：周华庭		
	教务处负责人：李景福		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

市场营销课程在直播电商专业中扮演着基石性的角色，是支撑直播电商业务运转的核心知识体系。直播电商的本质是借助直播平台实现商品的营销与销售，而市场营销学中的市场调研、目标市场定位、消费者行为分析等理论，是直播电商开展精准营销的基础。通过市场调研，学生能深入了解消费者需求和市场趋势，为直播选品提供依据，明确直播面向的目标客户群体。本课程是在市场营销专业学生学习和掌握了管理学、统计学、市场营销原理、消费行为分析、市场调查与预测、广告实务和公共关实务等学科的基础上，进一步学习营销策划理论，并综合运用上述课程的理论与技能进行市场营销策划实践，形成市场营销策划实践技能的一门核心专业课程。平行开设的课程：《商品拍摄与素材编辑》《电子商务法律法规》《选品与采购》《市场策划》《营销渠道运维》《商务数据分析与应用》《客户服务与管理》等。后续开设的课程：《直播运营》《直播营销》《新媒体运营》《电商项目实战》等。

（二）课程任务

通过营销策划理论的学习、营销策划案例的研究、营销策划项目的实训，使学生能收集营销环境信息、会分析营销环境信息、会进行营销

策划创意、会撰写营销策划方案、会展示与推销营销策划方案；引导、帮助学生总结归纳营销策划原理、知识、方法和操作技巧；提高分析问题和解决问题的能力，培养创新思维和谋略运筹的能力，提高文案撰写和口头表达的能力，为适应工商企业营销策划岗位需要打好基础；并结合教学内容进行爱国主义教育，形成社会主义核心价值观。

（三）学情分析

高职院校市场营销专业的学生通常具备一定的商业基础知识和兴趣，对市场营销的基本概念有一定的了解，但可能缺乏深入的专业实践经验和理论知识体系。学生整体学习能力参差不齐，部分学生可能更擅长实践操作，而另一部分则可能更偏向理论学习。因此，在教学过程中需要注重因材施教，满足不同学生的学习需求。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

通过营销策划理论的学习、营销策划案例的研究、营销策划项目的实训，使学生能收集营销环境信息、会分析营销环境信息、会进行营销策划创意、会撰写营销策划方案、会展示与推销营销策划方案；引导、帮助学生总结归纳营销策划原理、知识、方法和操作技巧；提高分析问题和解决问题的能力，培养创新思维和谋略运筹的能力，提高文案撰写和口头表达的能力，为适应工商企业营销策划岗位需要打好基础；并结合教学内容进行爱国主义教育，形成社会主义核心价值观。培养学生具备市场策划的实际操作能力和职业素养，以及良好的团队协作和沟通能力；培养学生创新思维和创新能力，能够在市场策划中提出新颖的想法和解决方案。

（二）具体目标

1. 素质目标：引导学生关注社会、关心他人，培养学生的社会责任感和公民意识；弘扬爱国主义精神，培养学生的国家意识和民族自豪感。培养学生的政治意识、法治观念和社会主义核心价值观。

2. 知识目标：理解市场策划的基本概念和原理；掌握市场分析的方法和技巧；掌握目标市场选择的方法和标准；掌握产品定位、促销策略和分销渠道设计的基本原理和方法。

3. 能力目标：能够独立进行市场策划，包括目标市场选择、产品定位、营销策略制定等，能够根据企业实际情况和市场需求提出切实可行的市场策划方案。

（三）课程要求

1. 坚持立德树人

市场营销策划课程教学要落实立德树人根本任务，充分挖掘本课程思政元素，将社会主义核心价值观融入教学全过程，使学生在思考、辨析、解决问题的过程中，能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。

2. 提升专业技能

在教学设计时，基于市场营销岗位工作流程和典型工作任务，引入企业真实案例和项目，并融入岗赛证内容与要求；在课堂教学中，采用理论与实践相结合的教学方式，让学生在学中做、做中学，提升学生专业技能和综合应用能力。

3. 培养创新意识

在教学过程中，根据学生的学习基础，创设适合学生的教学环境与活动，引导学生开展自主学习、协作学习、探究学习，并进行分享和合

作，同时，引导学生学会根据自身需要，自主选择学习平台，创设学习环境，形成自主学习的能力和习惯。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《市场营销策划》是一门实践性较强的专业核心课程，根据市场营销岗位工作内容、高职教育人才培养目标和本专业人才培养方案，融入直播电商职业技能等级证书(1+X)、新媒体技术职业技能等级证书(1+X)、网络直播运营职业技能等级证书(1+X)，项目技能竞赛内容与要求，遵循“理论以‘必须、够用’为度，实践以‘强能、致用’为本”的原则，按照从简单到复杂、从单项到综合的思路，序化课程内容，精心设计“走进营销策划”“认知营销策划方案”“营销策划创意”“营业推广策划”“节日活动策划”“新产品上市策划”“市场定位策划”“营销组合策划”“撰写执行目标市场战略策划方案”9个项目，针对每个项目，按实际操作步骤和内容设置了2-4个任务。在教学实施过程中，突出实践教学、重视学生动手操作能力的培养，实现教学与工作岗位、工作内容的有效对接。

表1 课程结构一览表

序号	项目/模块名称	任务	学时
1	走进营销策划	任务一：了解营销策划本质	3
		任务二：熟悉营销策划原则	
		任务三：掌握营销策划程序	
		任务四：避免营销策划误区	
2	认知营销策划方案	任务一：了解营销策划方案	4
		任务二：撰写营销策划方案	
		任务三：展示营销策划方案	
3	营销策划创意	任务一：了解营销策划创意本质	4
		任务二：熟悉营销策划创意技法	
		任务三：培养开发营销策划创意	
4	营业推广策划	任务一：了解营销推广策划本质	4
		任务二：熟悉营业推广策划流程	

		任务三：掌握营业推广策划工具	
		任务四：撰写营业推广策划方案	
5	节日活动策划	任务一：熟悉中国主要节日	4
		任务二：了解国外主要节日	
		任务三：掌握节日活动策划要领	
		任务四：撰写节日活动策划方案	
6	新产品上市策划	任务一：了解新产品上市策划本质	4
		任务二：熟悉新产品上市策划流程	
		任务三：掌握新产品上市策划要领	
		任务四：撰写新产品上市策划方案	
7	市场定位策划	任务一：了解市场定位系统	4
		任务二：企业市场定位策划	
		任务三：产品市场定位策划	
		任务四：品牌市场定位策划	
8	营销组合策划	任务一：营销战术策划	3
		任务二：营销组合策划	
9	撰写执行目标市场战略策划方案	任务一：撰写目标市场战略策划方案	4
		任务二：执行目标市场战略策划方案	
合计			34

（二）课程内容

本课程总课时 34 节，课程具体教学内容和实训项目见表 2。

表 2 课程教学内容一览表

序号	模块/项目	任务	教学目标	教学内容	实训项目	课时
1	走进营销策划	任务一：了解营销策划本质	知识目标：了解营销策划本质 能力目标：能从案例中感悟营销策划的本质	营销策划本质	0	1
		任务二：熟悉营销策划原则	知识目标：理解营销策划的原则 能力目标：判断案例所属的营销策划类型	熟悉营销策划原则	0	1
		任务三：掌握营销策划程序	知识目标：熟悉营销策划的程序 能力目标：体会案例中所遵循的营销策划原则	营销策划程序	0	1
		任务四：避免营销策划误区	知识目标：了解营销策划的误区 能力目标：体会案例中	营销策划误区	0	1

			进行营销策划的程序			
2	认知营销策划方案	任务一：了解营销策划方案	知识目标：理解营销策划方案的本质 能力目标：能够从一份具体的影响策划方案中梳理出营销策划思路和策划方案的框架结构	营销策划方案	1	1
		任务二：撰写营销策划方案	知识目标：掌握营销策划方案的撰写原则和撰写技巧 能力目标：能判断一份营销策划方案的优劣	撰写营销策划方案	1	2
		任务三：展示营销策划方案	知识目标：掌握营销策划方案的展示方法 能力目标：能够体会营销策划方案中独特的行文风格	展示营销策划方案	1	1
3	营销策划创意	任务一：了解营销策划创意本质	知识目标：了解营销创意的本质 能力目标：能从案例中找出营销创意成功	营销策划创意本质	0	1
		任务二：熟悉营销策划创意技法	知识目标：掌握营销创意的技法 能力目标：体会案例中应用的创意技法	营销策划创意技法	0	1
		任务三：培养开发营销策划创意	知识目标：了解营销创意的培养与开发途径 能力目标：能运用两种以上营销创意技法开展创意活动并写出创意文案	开发营销策划创意	0	2
4	营业推广策划	任务一：了解营销推广策划本质	知识目标：理解营业推广策划的本质 能力目标：能够从案例中找出所使用的营业推广工具 素质目标：从营业推广策划的理论和案例中感悟应有的职业道德	营销推广策划本质	0	1
		任务二：熟悉营业推广策划流程	知识目标：熟悉营业推广策划的流程 能力目标：体会营业推广工具的运用方法 素质目标：从营业推广策划的理论和案例中感	营业推广策划流程	0	2

			悟应有的职业道德			
		任务三:掌握营业推广策划工具	知识目标:熟悉营业推广策划工具 能力目标:根据企业实际营销环境选择营业推广工具 素质目标:从营业推广策划的理论和案例中感悟应有的职业道德	营业推广策划工具	0	1
		任务四:撰写营业推广策划方案	知识目标:掌握撰写营业推广策划方案的方法 能力目标:能撰写一份可行的营业推广方案 素质目标:从营业推广策划的理论和案例中感悟应有的职业道德	营业推广策划方案	2	2
5	节日活动策划	任务一:熟悉中国主要节日	知识目标:熟悉中国主要节日的特点和产品需求 能力目标:熟悉节日活动策划方案的结构形式	中国主要节日	0	1
		任务二:了解国外主要节日	知识目标:了解外国主要节日的特点和产品需求 能力目标:体会节日活动策划方案的撰写方法	国外主要节日	0	1
		任务三:掌握节日活动策划要领	知识目标:掌握节日策划的操作要领 能力目标:学会根据节日的具体类型选择促销商品和促销工具	节日活动策划要领	0	1
		任务四:撰写节日活动策划方案	知识目标:掌握撰写节日活动策划方案的方法 能力目标:能够撰写一份可行的节日活动策划方案	节日活动策划方案	1	1
6	新产品上市策划	任务一:了解新产品上市策划本质	知识目标:理解新产品上市策划的本质 能力目标:体会新产品上市策划方案的撰写方法	新产品上市策划本质	0	1
		任务二:熟悉新产品上市策划流程	知识目标:了解新产品上市策划的流程 能力目标:体会新产品上市的推广策略	新产品上市策划流程	0	1

		任务三:掌握新产品上市策划要领	知识目标:掌握新产品上市策划的要领 能力目标:根据企业环境使用促销工具	新产品上市策划要领	0	1
		任务四:撰写新产品上市策划方案	知识目标:掌握撰写新产品上市策划方案的方法 能力目标:能撰写一份新产品上市的策划方案	新产品上市策划方案	1	1
7	市场定位策划	任务一:了解市场定位系统	知识目标:了解市场定位的对象系统和过程系统 能力目标:能够从案例中找出市场定位说辞 素质目标:梳理全局观念	市场定位系统	0	1
		任务二:企业市场定位策划	知识目标:掌握企业定位策划的相关理论 能力目标:区分企业定位、产品定位和品牌定位 素质目标:具有长远眼光	企业市场定位策划	0	1
		任务三:产品市场定位策划	知识目标:掌握产品定位策划的相关理论 能力目标:会按市场定位步骤进行企业定位、产品市场定位 素质目标:培养发散思维	产品市场定位策划	0	1
		任务四:品牌市场定位策划	知识目标:掌握品牌定位策划的相关理论 能力目标:能够创作市场定位说辞和撰写市场定位文案 素质目标:形成营销战略决策能力	品牌市场定位策划	0	1
8	营销组合策划	任务一:营销战术策划	知识目标:掌握产品策划、价格策划、分销渠道策划和促销策划的理论知识 能力目标:能体会案例中进行组合策划应遵循的原则 素质目标:	营销战术策划	0	1

		任务二：营销组合策划	知识目标：掌握营销组合策划的原则 能力目标：会进行营销组合策划 素质目标：	营销组合策划	1	1
9	撰写执行目标市场战略策划方案	任务一：撰写目标市场战略策划方案	知识目标：掌握目标市场战略策划方案的结构及撰写方法 能力目标：能够从案例中体会目标市场战略策划方案的撰写方法和技巧 素质目标：进一步感悟营销策划人员应具备的专业素质和职业道德	目标市场战略策划方案	1	1
		任务二：执行目标市场战略策划方案	知识目标：了解目标市场战略策划方案的执行步骤、方法和技巧 能力目标：能按要求撰写出合格的目标市场战略策划方案 素质目标：不断提升自己的专业素质和职业道德素质	目标市场战略策划方案	1	1

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 课程理念

坚持以学习者为中心，按照“以学定教、以学施教、以学评教”的理念，教师根据岗位工作流程、课程内容特点和学生学情情况，融入岗赛证要求，挖掘课程思政元素和文化元素，制定教学策略；突出学生主体地位和教师的主导作用，精心设计教学流程和教学活动，通过情境体验、课堂互动、作品呈现等环节，让学生动起来，让课堂活起来；因材施教，鼓励和帮助学生个性化、差异化发展，使学生学有所思、学有所得、学有所用。

2. 教学策略

教学模式：教学中充分利用教学平台和优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式，课前、课中、课后三个环节一以贯之。

教学方法：混合式教学法、讲授法、实践练习法。

教学手段：依托智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云等教学平台和微信学习群、QQ 学习群等，运用多媒体设备进行教学，动态记录学生的学习情况，教师可随时与学生互动，及时了解学生的整体和个体目标达成情况，为调整教学策略和个别辅导提供依据。

3. 教学过程

课前导学：教师推送学习资源，发布学习任务；学生以小组为单位研讨，完成学习任务；教师线上交流与答疑，了解学生自主学习情况，修改教学策略。

课中研学：围绕教学目标和教学重难点，针对课前自学环节的困惑和疑点，根据专业/学科课程特点和学生学习心理特征，精心设计教学流程，引导学生做中学、学中做，在问题导向、合作探究、师生互动、作品展示中习得知识、培养能力、提升素养。

课后践学：围绕教学目标，引导学生在课外活动中参与课程实践，拓展知识视野，践行文化价值，培育专业能力。课程实践活动原则上体现开放性（如企业调研、社会调查等）和合作性（小组或团队合作）。

4. 课堂形态

适应“互联网+”信息化教学环境及学生学习特点，依托“智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云”等智慧教育云平台 and 校内外实习实训基地，充分运用数字化课程资源、模拟仿真软件、教学仪器设备等教学资源和云计算、大数据、人工智能等现代教育技术，建设“云端课堂、实体课堂、仿真课堂、实境课堂”，使智慧教育覆盖教学的全过程，以学定教，打造高效课堂，促进学生个性化发展。

（二）课程保障

1. 教学团队：

(1) 课程负责人：课程负责人能认真贯彻党的教育方针，热爱高职教育事业，爱岗敬业，治学严谨，组织协调能力强，具有开拓进取精神和良好的师德师风；具有中级及以上职称，或本科毕业工作三年以上且具有硕士学位，具有三年及以上的电子商务专业课程教学经历；能准确把握网络营销与直播电商专业人才培养目标、培养规格及课程定位，有较强的教学能力和丰富的项目实战开发经验；教学、科研业绩突出，能对本课程教学过程各环节进行督促和指导；

(2) 主讲教师：主讲教师热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，本科毕业工作三年以上且具有硕士学位，有营销策划实践与教学经验，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；学生及同行评教反映良好，教学质量优良；

2. 教学设施：

(1) 配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

(2) 校内实训基地：配备有《网络营销与直播电商视觉实训室》、《网络营销与直播电子商务实训室》、《网络营销与直播新媒体运营实训室》等专业实训的专业机房；

3. 教学资源

(1) 教材：

《市场营销策划》 作者：马春和 出版社：高等教育出版社
出版时间：2022 年 6 月

(2) 教学参考资料：

《营销策划实务》 作者：郭凤兰，郝骞 出版社：人民邮电出版社
出版时间：2023 年 9 月

《网络营销：策划与推广》 作者：赵轶 出版社：人民邮电出版社
出版时间：2023 年 9 月

《市场营销策划》 作者：徐育斐主编 出版社：东北财经大学出版社

(3) 数字化教学资源:建设和配备与本课程有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源,形成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的数字化教学资源库。主要学习网站如:

中国大学 MOOC 爱课程《市场营销》主讲,左仁淑

https://www.icourse163.org/course/SCU-1002532007?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pc_ss_jg_

四川商务职业学院《营销策划》课程

<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000081952#onlineCourse>

B站(哔哩哔哩) (<https://www.bilibili.com/>)

梅花网 (<https://www.meihua.info/>)

数英网 (<https://www.digitaling.com/>)

站酷(ZCOOL) (<https://www.zcool.com.cn/>)

网易云课堂 (<https://study.163.com/>)

Coursera (<https://www.coursera.org/>)

六、课程考核与评价

课程的考核评价采用过程性考核评价、终结性考核评价与增值性考核评价相结合的形式,过程性考核主要包括课前线上学习、课中出勤与课堂参与度以及课后作业任务完成度等;终结性考核包括期末理论考试、

专业技能考核或作品考核；增值性考核指学生在学完规定的学习任务后，获得的荣誉，竞赛获得的奖项，开发的产品、项目、专利，发表的论文等成果，可以转化成学分，替换相关课程或环节部分学分。

表 3 课程考核评价形式一览表

考核评价形式		考核内容	比例%
课堂考勤	课程签到、参与情况	到课考勤	20
过程性考核与评价	课前：线上讨论、课前测试、作品提交等	学习态度、安全意识、合作精神、敬业精神、团队意识、课堂参与、实训操作、知识掌握等	10
	课中：课堂提问、现场操作、小组考核、小测验等		10
	课后：课后作业、课后实践、学习、作品提交等		10
终结性考核与评价	理论考试	理论知识、职业规范等	50

表 4 课程考核内容一览表

序号	模块	任务	知识点	技能点	考核占比(%)
1	走进营销策划	任务一：了解营销策划本质	营销策划本质	营销策划本质	2%
		任务二：熟悉营销策划原则	熟悉营销策划原则	熟悉营销策划原则	2%
		任务三：掌握营销策划程序	营销策划程序	营销策划程序	3%
		任务四：避免营销策划误区	营销策划误区	营销策划误区	3%
2	认知营销策划方案	任务一：了解营销策划方案	营销策划方案	营销策划方案	3%
		任务二：撰写营销策划方案	撰写营销策划方案	撰写营销策划方案	3%
		任务三：展示营销策划方案	展示营销策划方案	展示营销策划方案	4%
3	营销策划创	任务一：了	营销策划创意本质	营销策划创意本质	3%

	意	解 营 销 策 划 创 意 本 质			
		任务二：熟 悉 营 销 策 划 创 意 技 法	营销策划创意技法	营销策划创意技法	4 %
		任务三：培 养 开 发 营 销 策 划 创 意	开发营销策划创意	开发营销策划创意	3 %
4	营业推广策 划	任务一：了 解 营 销 推 广 策 划 本 质	营销推广策划本质	营销推广策划本质	4 %
		任务二：熟 悉 营 业 推 广 策 划 流 程	营业推广策划流程	营业推广策划流程	4 %
		任务三：掌 握 营 业 推 广 策 划 工 具	营业推广策划工具	营业推广策划工具	3 %
		任务四：撰 写 营 业 推 广 策 划 方 案	营业推广策划方案	营业推广策划方案	5 %
5	节日活动策划	任务一：熟 悉 中 国 主 要 节 日	中国主要节日	中国主要节日	2 %
		任务二：了 解 国 外 主 要 节 日	国外主要节日	国外主要节日	2 %
		任务三：掌 握 节 日 活 动 策 划 要 领	节日活动策划要领	节日活动策划要领	5 %
		任务四：撰 写 节 日 活 动 策 划 方 案	节日活动策划方案	节日活动策划方案	5 %
6	新产品上市	任务一：了	新产品上市策划本质	新产品上市策划本质	2 %

	策划	解新产 品上市策 划本质			
		任务二：熟 悉新产 品上市策 划流程	新产品上市策划流程	新产品上市策划流程	2 %
		任务三：掌 握新产 品上市策 划要领	新产品上市策划要领	新产品上市策划要领	3 %
		任务四：撰 写新产 品上市策 划方案	新产品上市策划方案	新产品上市策划方案	3 %
7	市场定位策 划	任务一：了 解市场定 位系统	市场定位系统	市场定位系统	3 %
		任务二：企 业市场定 位策划	企业市场定位策划	企业市场定位策划	3 %
		任务三：产 品市场定 位策划	产品市场定位策划	产品市场定位策划	4 %
		任务四：品 牌市场定 位策划	品牌市场定位策划	品牌市场定位策划	4 %
8	营销组合策 划	任务一：营 销战术策 划	营销战术策划	营销战术策划	5 %
		任务二：营 销组合策 划	营销组合策划	营销组合策划	5 %
9	撰写执行目 标市场战略 策划方案	任务一：撰 写目标市 场战略策 划方案	目标市场战略策划方 案	目标市场战略策划方 案	5 %
		任务二：执 行目标市 场战略策 划方案	目标市场战略策划方 案	目标市场战略策划方 案	5 %

七、课程进程与安排

表 5 课程进程安排一览表

序号	教学内容/任务	计划课时		授课地点	执行周次
		理论课	实践课		
1	营销策划的本质 营销策划的原则	2	0	融 405	4
2	营销策划的程序 营销策划的误区	2	0	融 405	5
3	营销策划方案	1	1	融 405	6
4	营销策划创意理论	2	0	融 405	7
5	营销策划创意案例	1	1	融 405	8
6	营业推广策划理论	2	0	融 405	9
7	营业推广策划案例	1	1	融 405	10
8	节日活动策划理论	2	0	融 405	11
9	节日活动策划案例	1	1	融 405	12
10	新产品上市策划理论	2	0	融 405	13
11	新产品上市策划案例	1	1	融 405	14
12	市场定位策划理论	2	0	融 405	15
13	市场定位策划案例	1	1	融 405	16
14	营销组合策划理论	2	0	融 405	17
15	营销组合策划案例	0	2	融 405	18
16	营销战略策划方案理论	2	0	融 405	19

17	营销战略策划方案案例	0	2	融 405	20
合计		24	10		