

《市场营销》课程教学单元设计

项目一 认知市场营销

课题名称	第一次课 单元 1 认知市场营销	授课时数	90 分钟
授课班级	网络营销 2101/2102	授课时间	2021-2022 (1)
授课地点	8403	授课形式	讲授+智能课堂互动, 线上线下混合式教学
教学资源	参考教材	《市场营销》	
	专业教学标准	2020 年黄河水利职业技术学院网络营销专业学分制教学计划	
	职业技能标准	助理经济师职业等级标准	
	校本补充材料	《市场营销》 课程标准	
其他资源	媒体资源	智能课堂 APP (http://iclass.yrcti.edu.cn)、蓝墨云班课 APP	
	环境资源	商务仿真实训室、京东校园超市	
教学目标	知识目标	了解课程基本信息、课程定位、课程目标、教学内容、学习方法、教学参考资料、考核与评价和辅导联系方式; 掌握市场营销的核心概念; 市场营销的流程 掌握营销与推销的区别。	
	技能目标	能够掌握市场营销课程的目标、框架, 主要教学内容、学习重点、学习方法; 能够市场营销活动, 培养学生的营销意识。	
	课程思政 教学目标	爱国爱党、社会主义核心价值观、四个自信; 德法兼修、诚信经营、企业家精神, 遵守法律法规和职业道德; 工匠精神, 爱岗敬业、踏实肯干和艰苦奋斗的职业素养; 绿色营销、环保意识, 可持续发展观念; 自立自强, 坚强意志, 良好的心理素质、团队协作、大局意识。	
教学重点	课程目标、学习内容 营销的核心概念, 市场的构成, 市场营销的流程		
教学难点	对营销核心概念的理解		
学情分析	本班是统招生源, 学风良好, 但是学生过于安静, 课堂上要加强课堂互动, 增强学习效果。		
教学 总体 设计	用华为芯片困境引入课程, 展开知识点的学习, 结合在线资源与网络活动参与, 加深课堂知识的理解, 并布置课下练习题, 巩固相关知识点。		
课外拓展	为了巩固学习成果, 提升综合素养, 安排课后训练, 并在线提交作业, 进一步提升专业技能。		

教学环节 (时间安排)	教学内容	教学活动		技术资源	教学随记 (教学过程中记录)
		教师	学生		
课前准备	提前 2-3 天发布教学任务, 要求学习教学内容对应的课程在线资源。	布置教学任务	学生登录平台, 学习资源	智能课堂 APP	
课堂教学	(一) 知识学习 [15 分钟] 第一次课介绍 1 课程基本信息 2 课程定位 3 课程目标 4 教学内容 5 学习方法 6 参考资料 7 考核与评价 8 辅导联系方式	讲授课程基本信息、课程目标、课程框架等	学生听讲	多媒体 + 智能课堂 APP 多媒体课件演示	
课堂教学	(二) 情境创设 [35 分钟] 头脑风暴: 请同学们思考: 什么是市场? 什么是营销? 营销的目的?	导入案例讲授相关知识, 带领学生参与课程互动	学生参与课堂互动	多媒体 + 智能课堂 APP 多媒体课件演示 板书提示	
课堂教学	(三) 知识学习 [40 分钟] (引入华为的案例导入新课) 一、市场营销的核心概念 二、市场的概念与构成 (插入改革开放史案例分析) 三、市场营销的流程 四、营销与推销的区别 五、营销人员应具备的素质 (引入儒商孟洛川、范蠡、推销之神原一平的故事)	案例导入法, 理论联系实际, 讲授法, 启发式教学	学生听讲, 课堂讨论、练习。	案例, 视频, 多媒体教学课件演示; 板书提示	在讲授课程知识的同时, 进行爱国主义教育, 学习党史; 德法兼修、诚信经营; 爱岗敬业、艰苦奋斗的职业精神。
课堂教学	(三) 总结拓展 [5 分钟] 强调课程重点: 市场营销的核心概念, 预习下一节课	布置课后任务	学生听讲, 记录任务, 课后利用平台提交成果	多媒体 + 智能课堂 APP	
诊断改进	贯彻“学生中心”理念, 针对课堂活动反馈的问题及时讲授, 巩固教学成果。				