

参赛组别	副高组		
课程名称	企业策划	学时	48
开课年级	2019		
面向专业	市场营销		
课程链接	2021-2022 学年第 2 学期 https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/223231849 2020-2021 学年第 2 学期 https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/218334002		
教师 个人简介	个人介绍：王佳，副教授，中国共产党员，硕士研究生，主要承担《企业策划》、《企业文化管理》及《管理学》课程的教学任务和市场营销教研室的日常工作，包括教研活动、教学大纲的编写及人才培养方案的修订。《企业策划》成为山西省一流课程“培育”课程（2021.9）。 科研方面：曾发表科研论文十余篇；主持、参与山西省教育厅哲学社会科学研究项目两项；参与山西省教改课题一项；主持校内哲学社会规划项目课题一项；主持校内课程思政课题一项：《企业策划》课程融入思政工作的教学设计理念与方法；参与两部教材《市场营销策划》与《工商管理战略分析研究》的编写；申请实用新型专利一项。 获奖方面：山西省青年教师教学基本功比赛人文组优秀奖（2016）；山西应用科技学院第二届教师教学创新大赛一等奖。（2022.1）；山西省教研教改项目《应用型本科院校物流管理专业实践教学体系研究——以山西应用科技学院为例》，该项目获山西应用科技学院教学成果二等奖（2017.7）；山西应用科技学院课程思政教学比赛“一等奖”（2022.10）；多次获得山西应用科技学院“优秀教师”。 组织活动：2019 年组织山西应用科技学院全校范围 CEO 练习生全国高校营销挑战赛，让全校同学参与到营销挑战中。2018 年、2019 年、2020 年、2021 年连续四年组织“三创有我，广而告之”营销技能大赛，让学生参与、制作、分享自己的广告创意作品，得到了学校学院领导的一致好评。组织市场营销专业学生到字节跳动空间、VIVO、龙城镖局、宏艺珠宝进行专业见习。		
教学大纲	见附件		

课程简介及
课程思政
体系化
设计思路

（结合办学定位、学生情况、专业人才培养要求，具体描述学习本课程应该达到的知识、能力、素质目标，介绍整门课程“课程思政”的体系化设计情况和思政元素的挖掘建设情况；需要重点论述，2000 字左右）

结合普通高等学校本科专业类教学质量**国家标准**和山西应用科技学院**办学定位**：培养应用型人才；**学生情况**：大三下学期；**企业用人理念**：懂理论，会技术，能操作。市场营销制定了**专业人才培养目标**：立足应用，注重能力，服务地方，突出特色。《企业策划》课程是市场营销专业的必修课程。主要研究和阐述企业策划的**基本理论与实战方法**。通过本课程的学习，使学生掌握企业策划的理论依据与策略基础，掌握企业策划的思维路径和基本方法，充实和完善营销专业学生的知识结构，训练营销专业学生的实战能力，为学生毕业后能够从事并胜任市场营销工作提供良好的知识储备与能力锤炼，培养和提
高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，把学生培养成为综合型、复合型管理人才。2021 年《企业策划》课程被立项为**山西省一流课程培育课程**。

课程思政优化设计思路：

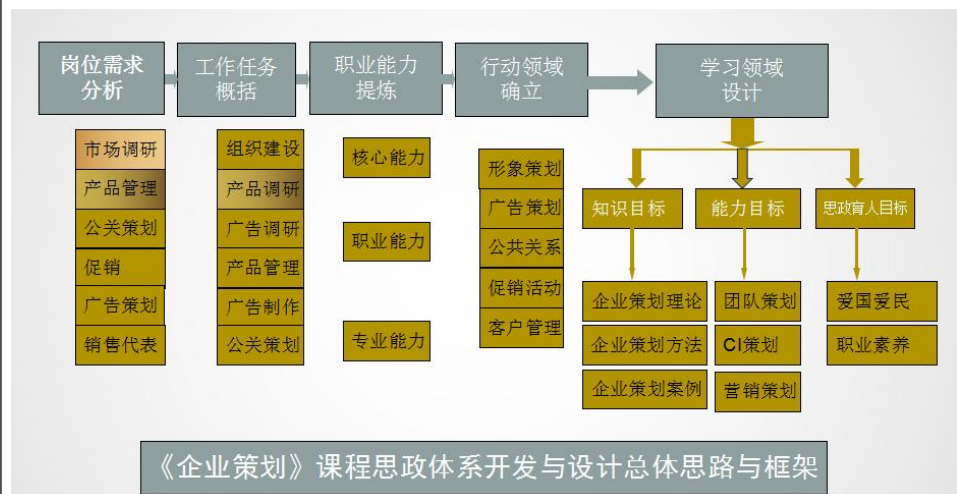
《企业策划》课程思政两条主线：一条**宏观思政主线**：爱国爱民—爱岗敬业—文化自信—自律；一条**微观思政主线**：职业素养—专业认同—诚信经营—创新创业。

1. 课程目标

教学目标包括三部分：(1)知识传授目标：掌握企业策划的基本理论知识；熟悉企业策划及方案的评价与决策。(2)能力培养目标：具有较强的创业策划、CI 策划与广告策划、市场营销策划、品牌策划、店铺与连锁经营策划、公共策划的能力。(3)**思政育人目标**：该课程培养学生的组织能力、决策能力、创新能力，最终实现培养爱国爱民意识，民族自豪感、诚信意识、公平竞争、职业操守，社会责任心、创新创业的意识。

2. 课程体系设计

本课程体系设计是根据市场**岗位需求**市场调研等六项，概括了组



设设计等六项工作任务，职业能力提炼为核心能力、职业能力、专业能力，确立了行动领域，以此来设计《企业策划》学习领域，具体转化为知识、能力、思政育人目标。

3. 教学内容

构建了问题—知识—思政—成果一体化教学模式，即基于 PBL 理念下的《企业策划》课程思政内容设计，形成了七大模块，以“组建公司及模拟运营”为项目驱动化的主线。从现实的问题入手，引出课程知识点，融入课程思政内容，找到两者的契合点。每个模块后面都有对应的成果展示。让学生欣赏自己的每一次作品。最后把每次成果一汇总就是模拟一公司的组建和运营，最终完成的一个完整的企业策划书。

在教学内容上深入挖掘课程的思政元素，梳理各章节知识点，设计了基于 PBL 理念下的《企业策划》课程思政内容，如下表所示：

基于 PBL 理念下的《企业策划》课程思政内容设计					
模块	问题	课程知识内容	思政内容	契合点	成果展示
1	什么是企业策划？	企业策划、企业策划战略及企业形象管理	系统观、文化自信	理解企业形象策划与相关学科的关系，树立正确的系统观。	企业文化与企业形象区别表格。
2	设计理念识别系统	企业理念识别系统、确立、渗透	爱国主义情怀，培养学生“创新、创业、创造”意识	对国内外企业理念系统分析，培养爱国主义情怀，设计理念系统，具有创新精神。	为班级(专业或本门课程)设计一个理念识别系统。
3	设计行为识别系统	企业行为识别系统、内外部行为识别子系统的构建	培养学生“创新、创业、创造”意识	对优秀企业行为识别系统的分析，设计行为识别系统，对创业奠定基础。	为班级(专业或本门课程)设计一个行为识别系统。
4	设计视觉识别系统	企业视觉识别系统、设计原则及要素设计	培养学生“创新、创业、创造”意识，五行相生相克学说	分析优秀视觉识别系统，设计出新的 LOGO，和理念、行为相得益彰，达到内外兼修的目的。	为班级(专业或本门课程)设计一个视觉识别系统。
5	设计一次公关关系策划	公关关系策划、活动策划、新闻策划	职业道德教育	理解企业公共关系活动策划，树立以顾客为中心，诚信经营职业道德。	利用元旦，在学校做一次活动策划。

	6	设计一主题广告	企业广告、广告创意策划、策划与企业效益	培养正确的市场营销价值观	利用广告创意，树立诚信经营、培养正确的营销价值。	设计一则以学校为主题的广告。
	7	为形象危机做一次策划	企业形象危机、控制、管理、预防和化解	诚信经营、公平交易，以市场导向为主意识	利用危机处理，树立诚信经营、公平交易，以市场导向为主意识	分析国内企业形象危机处理案例。
	总结	全过程	学习型小组	团队意识合作意识	利用学习型小组分析问题，树立合作意识。	分组策划方案
4 教学方法 以学生为中心的 PBL 的教学模式，在“诚信经营、公平交易”市场营销价值观的指导下，主要采取任务驱动法，通过学生的分组策划，以每个模块的任务为出发点，小组分工协作完成企业形象设计、公关关系策划、广告和危机策划。在真实的环境、真实的案例、真实的团队中完成实际操作内容，在完成真实的任务中，发现解决问题的方法，树立策划意识；其次案例分析法，《企业策划》课程属于实践操作性课程，鲜活生动的案例会让学生明白策划在企业兴衰中起着重要的作用，同时让学生意识到“德”才能使企业基业长青，树立品牌意识。 5 课程考核 在《企业策划》课程思政改革中，为了检验改革的效果，课程考核也需要进行相应的调整。本课程采用过程与思政任务相结合的考核方式。一方面利用学习通对学生的平时表现进行过程型监控，平时成绩占(20%)，另一方面将课程思政模块纳入到课程考核方案中，进行任务设计、PPT 展示，案例分析纳入到项目考核中，项目考核(20%)，两次阶段性测试：期中(20%)，期末考试(60%)。综合考查学生本门课程教学目标的达成情况，和课程思政目标(团队意识、合作意识、创新意识)的完成情况。课程最终能整体上提高学生的专业素养。						

课程思政
融入点及
实现方式

（介绍整门课程“课程思政”如何融入、思政元素如何与课程内容结合、思政教育的具体实现途径等；需要重点论述，1000 字左右）

《企业策划》课程立足企业，让古今的策划案例和现代商场碰撞出智慧的火花。本课程从两次两条思政主线入手。从**爱国爱民、弘扬中国传统文化**一条主线，培养学生们文化自信。从**职业素养、创新创业**一条主线，培养学生专业素养。把思政育人目标纳入到课程目标体系中。

（一）结合社会热点话题，培养学生**爱国爱民**的情怀、传播正能量、培养学生的主人翁责任感。

让学生了解祖国灿烂的文化、伟大的成就，培养他们的民族自尊心和自豪感。在企业策划的课程中，引入中国抗击新冠疫情的成功案例，讲述中国共产党领导下多党协商制的优越性，中国政府集中力量办大事，中国人民的无私奉献、众志成城的坚韧性格，无数逆行者的感人故事。让同学们认识到每个平凡的人都可以在岗位上成为自己的英雄。

（二）结合中国**传统文化**，培养学生树立正确的民族文化自信和价值观，意识到我国民族文化的可贵之处。

让学生深入了解中国传统文化：1. 课前分享，每次一个同学分享《三十六计》的一计，课前分享包括：计策的由来、意思—中国古代的经典案例—现代商场的经典案例—总结启发。通过这些活动，学生一方面欣赏中国传统文化、另一方面知道现代成功或者失败的案例与中国文化之间的关系，引导学生对传统文化的兴趣。



学生作品



课前一讲

2. 在讲企业视觉系统识别时，通过《唐人街探案 2》引出五脏-五行-五色的对应关系，让大家一方面欣赏中国传统文化的魅力，另一方面知道在现实的策划过程要利用传统文化。有意识的让学生认识到传统的文化和现代的商场可以碰撞出智慧的火花。



案例导入

中国文化

(三) 结合中外企业案例，培养学生树立正确公平竞争、诚实守信、爱岗敬业的**职业素养**。

结合中国企业实例，华为 5G 技术、《超级女声》背后的商业策划、联想的品牌之路、海尔 Logo 变迁，“博鳌”的新思维、融入实例培养学生公平竞争、责任心和不怕苦、不怕累，对客户诚信、耐心、细致的职业道德。

(四) 结合中国高校大学生创业项目，本校的自创品牌、学生模拟创业运营，培养学生树立**创新创业意识**。

1. 本课程以“**组建公司及模拟运营**”为项目驱动化的主线。实训操作有：分组组队—创业策划—CI 策划与广告策划—市场营销策划—品牌策划。采用“工学交替的”模拟组建公司及运营，创设学习情境进行全过程仿真训练，实现教—学—做一体。学生自己设计了组队方案、设计了专业、班级、小组形象，设计了市场营销策划方案。形成了学生自创的慕课课、学生原创广告库。



原创班级标识

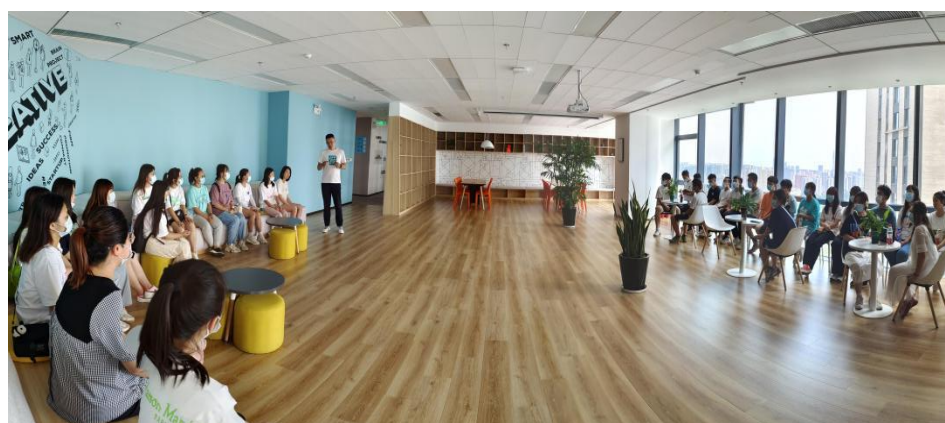
原创慕课视频

2. 引导和带领学生参加社会实践，**全国营销大赛、走进企业**。将课堂教学与“大学生市场营销竞赛”等相结合，达到教学相长、合作共赢的效果。

3. 分析全国高校大学生创业案例，结合山西应用科技学院“马上就到”大学生创业项目，符合国家大众创业、万众创新、符合山西应用科技学院培养“创新、创造、创业”三创人才。



2019 年组织全校学生参加 CEO 练习生全国高校营销挑战赛



2020.8 带领市场营销 1901 参观字节跳动



VIVO 校企交流会

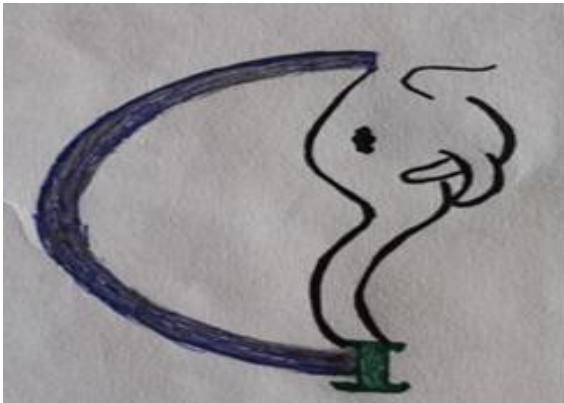


山西宏艺参观学习

课程思政典型案例	(提供课程中一个知识点的详细教案设计, 内容与 15 分钟课程思政教学微视频一致)	
	课程思政教学过程设计	思政元素
	第四章 第二节企业形象策划 一、温故知新 (1 分钟) 企业形象: 社会公众对企业的一切活动及其表现的总体印象和评价, 这种认识和评价形成了人们的印象、舆论和对企业的态度。 企业形象的三个要素: 企业理念形象、企业行为形象、企业视觉形象。(洋葱论) 研究表明人们所感知的外部信息, 有 83% 是通过视觉得到的, 视觉是人们接收外部信息最重要和最主要的通道。 本节课主要以一个企业为例, 来分析视觉形象要素, 以及学会设计标识系统。 二、引入本节内容 课堂热身活动 (1 分钟) 热身活动 猜一猜ta是谁? 激活 休克鱼 你的生活智慧 我的智慧生活 真诚到永远 张瑞敏 图 1 课前热身活动 以课堂猜一猜的形式引出海尔, 引导学生思考海尔的兴趣。同时, 这四组关键词也是本部分内容的另一条主线。 三、新课引入 (2 分钟)	《论语》温故知新, 弘扬传统文化, 致敬经典。 抓住主要矛盾, 理清关键知识点。 学习通展示互动效果, 检验学习通预习效果。 树立民族自豪感。 互动环节, 增进学生课堂的主人翁意识。

	激活 “休克鱼 ”（学习通） 从上个世纪 90 年代初开始的近 10 年间,海尔先后兼并了 18 个企业,并且都扭亏为盈。 “海尔文化激活休克鱼”的案例正式进入美国哈佛大学课堂,张瑞敏成为第一个登上哈佛讲坛的中国企业家。海尔激活休克鱼也是第一个进入哈佛案例库的中国成功案例。  1988 年张瑞敏和林佩恩教授合影 这个中国的世界名牌以什么形象展示给社会大众呢? 启发思考:世界的中国品牌海尔企业形象是什么? 四、海尔视觉形象（5 分钟） 1. 海尔视觉形象--企业标志 分析海尔第三代和第四代标识的区别?  2004 年 12 月 26 日,第四代标识,新的标志由中英文(汉语拼音)组成。 “a”减少了一个弯,表示海尔人认准目标不回头; ”r”减少了一个分支,表示海尔人向上、向前决心不动摇; 英文(汉语拼音)海尔新标志的设计核心是速度。 风格是:简约、活力、向上。	学习通视频补充 通过现代多媒体展示,树立现代企业经营意识。 两个第一 爱国爱民,树立世界品牌意识。 民族的才是世界的。 树立国际化品牌意识。 发现不同, 寻找规律。 对比分析问题的方法论。 通过标识变迁, 树立权变思想。 细节决定成败。
--	--	--

	汉字海尔的新标志是中国传统的书法字体，它的设计核心是：动态与平衡；风格是：变中有稳。 这两个书法字体的海尔，每一笔，都蕴涵着勃勃生机，视觉上有强烈的飞翔动感，充满了活力，寓意着海尔人为了实现创世界名牌的目标，不拘一格，勇于创新。 问题 2：分析海尔第四代和第五代标识的区别，寓意是什么？ 同时“i”上的点由方点变为圆点，以及字体整体优化。圆点象征着地球，体现海尔创互联网时代的全球化品牌理想。 2013 年 7 月 28 日，主色彩从红色重新回归蓝色。以体现科技创新与智慧洞察的视觉感受。 2. 海尔视觉形象——企业标准色 3. 海尔视觉形象——企业口号 (1) 真诚到永远 (2) 一个世界一个家 (3) 海尔洗衣机 我家的世界名牌 (4) 你的生活智慧 我的智慧生活	体会外在标识发的 的内在含义。 横平竖直 严于律己。 弘扬传统文化的， 树立现代民族自 豪感。 欣赏中国文字表 达的韵律美。 颜色语言换个角 度看世界， 多维度的世界观 传统五色一五行 对应关系 科技是第一生产 力。 视频讲解
--	--	---

	视频展示：你的生活智慧 我的智慧生活 引申海尔视觉形象的作用 科学的 VI 设计一方面可以增强企业对相关联者的能见度，另一方面有助于员工了解企业，增加员工的主动性和忠诚度。 五、课程总结（1 分钟） （1）海尔视觉形象要素； （2）海尔视觉形象的作用。 六、实际操作（20 分钟） 利用企业视觉形象要素，为本专业、本班级、本内容设计形象标识，并解释。学生作品展示   	引导思考 顾客为上的服务意识。 课程总结 引出创新应用，突出应用人才的培养目标。 实现学中做，做中学的教学理念。 培养学生动手操作能力。 理论与实践相结合。
--	--	---

	七、布置拓展训练 (1 分钟) 动手分析： 马上就到 CI 的分析  分析校内大学生自创 外卖平台来分析其企业形象，响应国家号召-大众创业，万众创新，鼓励大家培养创新能力。	课后作业 培养创新创业 意识 三创精神：创新、 创业、创造 爱校、爱己
课程思政 建设成效	(概述课程思政教学改革成效，500 字左右) 基于 PBL 理念《企业策划》课程思政教学课堂实施成效 1. 学生课程思政得到了强化 通过对《企业策划》中思政元素的挖掘，爱国主义情怀、诚信经营、公平交易，以市场导向为主的意识得到了加强，学生在学习市场策划专业知识的同时加入了思政元素成分，就像专业课教学内容这块面包加入些思政的糖，使课堂变得有点甜味。 2. 以学生为中心的课堂 本课程重视学生过程考核，通过小组展示、个人汇报、学生互评、组长评价、小组互评、教师评价等多方评价，提高了学生的积极性和对公平性的认知，变填鸭式学习为主动参与。任务驱动法，提升了学生分工协作，分析问题和解决问题的能力，学生们课堂的积极性得到了普遍提高。 3. 获得了综合策划能力 《企业策划》把传统的章节知识，梳理为一个个的任务，学生们通过任务的完成，自信心和成就感也得到了加强。采用任务驱动化教学方法，一学期完成四次完整的策划：企业策划、公关关系策划、广告和危机策划。每次策划都是沿着上一个策划而进行，四次策划完成，又是一个完整的企业策划。在解决问题的过程中，学生表达能力、PPT 制作能力、策划能力均取得了显著成果，达成了专业技能的要求。	
学生反馈	(学生的学习体会摘录，500 字左右) 学生反馈：《企业策划》不仅介绍了企业策划的一般原理和方法，更在理论与实践相结合的基础上，突出企业策划的实用性。企业策划包括企业的发展战略、盈利模式、运营模式、业务规划、营销策略、组织机构等内容。课程旨在培养学生理论与实践并重，通过课堂实践教学激发学生专业兴趣，为企业培养专业的策划人才。课程有利于培养我们的策划思维，是一门很实用的课程。(市场营销 1901 武博龙) 学生反馈：《企业策划》教学中，王佳老师应充分发掘课程中	

	的思政元素，通过分析企业理念形象识别系统、行为识别系统、视觉识别系统，整体设计企业形象系统、公关关系策划、广告策划，来培养学生创新意识、专业素养、文化自信、系统观等。我们从一个个策划问题入手，将专业课与思政理论和实际生活相结合，有利于培养我们正确的三观，从源头上扭转营销中不规范想象。（市场营销1901 吴佳慧） 学生反馈：《企业策划》结合以就业为导向，以服务市场营销活动行业为宗旨；知识讲授与实践训练相结合，课堂教学与课外活动相结合；课程内容与职业标准相衔接；选用案例教学法，采用任务驱动、项目导向的教学模式，每个项目都围绕实际市场来开展，有效地培养了我们的综合职业素质。在具体的教学过程中，王佳老师采用导、讲、练、展、收的教学方法。我们都在这门课程上受益颇多。这门课程很受同学们欢迎，上课氛围很棒！（市场营销1801 武晓辉）
教学反思	基于 PBL 理念下的《企业策划》课程思政内容设计以来，思政内容成了学生们热点关心的话题之一，同时也成为了学生们不断渴望探索的领域，现目前 90%的学生已经能在问题—知识—思政—成果一体化教学模式下与老师进行积极互动，形成良好的课堂氛围。 本课程思政教学，离课程思政三全育人（全员育人、全程育人、全方位育人）还有差距，和教育部提出高质量“金课”“高阶性、创新性、挑战度”还有距离。高等教育要培养建设者(专业本领过硬)和接班人(政治思想可靠)，前者靠专业教育，后者靠思政教育，形成育人合力，不能是“两张皮”。如何在开展思想政治教育的同时善任、胜任、善教、乐教成为本课程思政推进中的重大课题。 因此本门课程今后的改进:1. 要更好的将思政内容与专业知识有机结合起来，找寻当下热点话题与课程内容相关联。2. 把课堂交给学生，从学生的角度出发，提出对热点话题的见解，勇于发表自己的观点是成为新时代建设型人才的第一步。3. 提升自身思想政治素养，自觉进行常态化培训，理解基本内涵与逻辑，在提升思想政治素养的同时，逐步具备思想政治教育的基本能力和素养。

一、课程基本信息

课程类别：专业必修课

课程编号：1202020114

课程性质：理论课

先修课程：《企业形象策划》

学 分：3

学 时：48（理论：32 实训：16）

适用专业：市场营销专业

二、课程简介

《企业策划》课程是市场营销专业的必修课程。主要研究和阐述企业策划的基本理论与实战方法。通过本课程的学习，使学生掌握企业策划的理论依据与策略基础，掌握企业策划的思维路径和基本方法，充实和完善营销专业学生的知识结构，训练营销专业学生的实战能力，为学生毕业后能够从事并胜任市场营销工作提供良好的知识储备与能力锤炼，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，把学生培养成为综合型、复合型管理人才。

二、课程目标

（一）知识目标

- 1.掌握企业策划的基本理论知识；
- 2.熟悉企业战略策划及方案的评价与决策。

（二）能力目标

- 1.具有较强的创业策划、CI 策划与广告策划、市场营销策划、品牌策划、店铺与连锁经营策划、公共策划的能力。
- 2.具备较强的语言与文字表达、人际沟通及分析和解决市场营销实际问题的能力。

（三）素质目标

- 1.社会责任：理解社会主义市场经济下的企业社会责任，明确企业落实社会责任，实现企业经济责任、社会责任和环境责任的动态平衡，会提升企业的竞争力，实现可持续发展。以企业社会责任为基础，对企业发展战略做出规划。

- 2.创新精神：明确创新是市场经济的内在属性和永恒主题，创新精神是企业发展的不竭动力；明确企业家应不断追寻机会、勇于开拓、

不断创新、持续变革，把实现国富民强作为己任。企业应培育和发扬创业精神，促进企业可持续成长。

3.实践精神：明确实践的重要意义，对企业策划方案的可行性有基本的认知，切不可空谈大话、天马行空，要有脚踏实地的实践精神。

四、教学内容

第一章 绪论

【教学内容】

第一节 企业策划的历史背景与发展

- 1.策划的定义
- 2.什么是策划体系
- 3.企业策划的定义

第二节 企业策划的特点与作用

- 1.企业策划的特点
- 2.企业策划的作用

第三节 企业策划的步骤

- 1.确定策划主题
- 2.构思策划方案
- 3.整理成策划书
- 4.通过策划书

【教学重点】

企业策划的相关概念

【教学难点】

企业策划的步骤

【课程思政融入点】

通过理解企业策划与相关学科的关系，树立正确的系统观。培养学生系统观、文化自信。初步具有策划意识，培养学生“创新、创业、创造”意识。

第二章 企业战略策划

【教学内容】

第一节 企业战略及其分类

- 1.企业战略体系

2.企业战略分类

第二节 企业战略策划的程序

- 1.发展战略的主要类型
- 2.企业进入方式的选择
- 3.企业兼并战略
- 4.中小企业发展战略类型的选择

第三节 企业战略策划的程序

- 1.基础条件分析
- 2.战略方案策划
- 3.整理战略策划方案

第四节 企业战略策划方案评价与决策

- 1.企业战略策划方案的评价
- 2.战略决策的基本要求

【教学重点】

企业战略策划决策

【教学难点】

企业战略策划方案评价

【课程思政融入点】

将各类思政元素潜移默化地融入到专业课程中，润物无声地引导学生树立正确的国家观、民族观、历史观和文化观。

第三章 商业模式开发与创业策划

【教学内容】

第一节 商业模式的本质

- 1.商业模式、盈利模式与企业战略
- 2.商业模式的分类
- 3.常用的集中商业模式

第二节 商业模式的设计

- 1.商业模式设计的原则
- 2.商业模式设计的步骤和关键点
- 3.商业模式的创新

第三节 互联网时代的商业模式

- 1.互联网时代商业模式的本质
- 2.互联网时代商业模式的新思维
- 3.“互联网+”是商业模式的创新
- 4.工业 4.0 成就新的智能商业模式

第四节 创业策划

- 1.创业过程
- 2.创业行业选择
- 3.捕捉进入时机

第五节 创业企业经营策划

多种多样的企业经营策划

第六节 高新企业融资与商业计划

- 1.高新企业融资
- 2.商业计划书及其作用
- 3.商业计划书的策划
- 4.商业计划书的评估与推广

【教学重点】

商业模式的本质

【教学难点】

商业模式开发与创业策划

【课程思政融入点】

将全面学习贯彻落实五中全会精神，立足新发展阶段，融入新发展格局，把党中央与省委确定的目标与课程思政建设结合起来，在落实政策保障、落细分类建设、落实示范引领等方面持续、精准发力。

第四章 CI 策划与广告策划

【教学内容】

第一节 CI 的起源与发展

- 1.企业形象概念
- 2.企业导入 CI 战略的原因

第二节 企业形象策划

- 1.企业理念形象策划
- 2.企业视觉形象策划

- 3.企业活动识别策划
- 4.塑造企业 CI 的步骤和方法

第三节 广告战略策划

- 1.战略思维
- 2.广告的环境
- 3.广告的定位
- 4.广告的战略目标
- 5.广告战略的总体设计
- 6.大企业与小企业的广告战略

第四节 广告创作策划

- 1.广告创意
- 2.广告创作

【教学重点】

广告战略策划

【教学难点】

广告创作策划

【课程思政融入点】

通过对国内外企业形象系统分析，培养爱国主义情怀，设计形象系统，具有创新精神。培养学生爱国主义情怀，培养学生“创新、创业”精神。

第五章 市场营销策划

【教学内容】

第一节 市场研究

- 1.市场环境分析
- 2.市场调查
- 3.市场预测

第二节 目标市场策划

- 1.市场细分
- 2.目标市场
- 3.市场定位

第三节 产品组合与新产品开发策划

- 1.产品组合策略
- 2.产品生命周期及相应营销策略
- 3.延长产品生命周期的策略
- 4.新产品开发
- 5.新产品开发的策划
- 6.新产品上市策划

第四节 产品各阶段营销策划

- 1.企业产品打入阶段的营销策划
- 2.企业产品渗透阶段的营销策划
- 3.企业产品占领阶段的营销策划

第五节 竞争方略

- 1.防守型竞争策划
- 2.进攻型竞争策划
- 3.侧攻型竞争策划
- 4.随机型竞争策划

第六节 网络营销策划

- 1.网络营销的特点与营销策略的转变
- 2.网络营销策略
- 3.网络营销的方法和技巧
- 4.随机型竞争策划

【教学重点】

目标市场策划

【教学难点】

新产品开发策划、网络营销策划

【课程思政融入点】

通过对国内外企业市场营销策划分析，培养爱国主义情怀，初步具有市场营销策划意识，具有创新精神。爱国主义情怀，培养市场营销的职业素养。

第六章 品牌策划

【教学内容】

第一节 品牌策划的程序

- 1.品牌的产生和发展
- 2.品牌策划过程

第二节 品牌的战略策划

- 1.自创品牌
- 2.购买品牌
- 3.繁衍品牌
- 4.互联网时代的品牌战略

第三节 品牌的推广策划

- 1.品牌的市场切入点
- 2.品牌的市场扩展

【教学重点】

品牌策划的程序

【教学难点】

品牌战略策划

【课程思政融入点】

通过对优秀企业品牌策划的分析，树立以顾客为中心，诚信经营的职业道德，为就业奠定基础。培养学生职业道德教育，树立品牌意识，培养学生的专业使命感！

第七章 店铺与连锁经营策划

【教学内容】

第一节 店址选择

- 1.店址选择策划的重要性
- 2.店址选择考虑的商业群
- 3.店铺地区位置选择
- 4.店铺区域位置选择
- 5.店址的地点选择

第二节 店铺定位与布局

- 1.店铺定位
- 2.店铺布局

第三节 店铺营销策划

- 1.文化营销

- 2.其他营销活动
- 3.零售价格策略
- 4.零售分销渠道策略
- 5.店铺广告

第四节 网店策划

- 1.网店定位
- 2.网店选址及经营
- 3.网店推广

第五节 连锁店经营策划

- 1.连锁店的定义
- 2.连锁店的经营模式
- 3.连锁经营的特点及战略优势
- 4.连锁店创业策划
- 5.连锁店扩张策划

【教学重点】

店铺定位与布局

【教学难点】

连锁店经营策划

【课程思政融入点】

注重学生社会主义核心价值观教育、职业道德培养，针对学生不同学习阶段制定课堂思政内容，做到全程育人。

第八章 公关专题活动策划

【教学内容】

第一节 公共关系的基本原理

- 1.公共关系的性质
- 2.公共关系的构成要素
- 3.公共关系的实施程序

第二节 公共策划的技巧与在市场营销中的应用

- 1.公共策划的技巧
- 2.公关策划在市场营销中的运用

第三节 专题活动

- 1.什么是专题活动
- 2.专题活动的种类
- 3.专题活动策划的基本程序

【教学重点】

公共关系的基本原理

【教学难点】

公共关系的实施程序

【课程思政融入点】

通过利用公共关系进行危机处理，树立诚信经营、公平交易，以市场导向为主意识，培养学生诚信经营、公平交易，以市场导向为主意识。

第九章 技术创新与专利技术开发策划

【教学内容】

第一节 技术创新的基本原理

- 1.创新与技术创新
- 2.技术创新的分类
- 3.创新思维
- 4.发明创造的选题与步骤

第二节 技术创新战略

- 1.技术创新战略模式的类型
- 2.技术创新战略模式选择的基本方法
- 3.我国企业的技术创新战略模式选择

第三节 知识产权与专利

- 1.知识产权
- 2.专利权
- 3.专利权的保护

第四节 专利技术开发策划

- 1.企业专利战略
- 2.企业专利战略的制定程序
- 3.企业专利战略的开发策略

【教学重点】

技术创新战略

【教学难点】

专利技术开发策划

【课程思政融入点】

加强学院、企业、社会三方联动，全方位渗透思政教育，提升学生思政素养。

五、实训项目

序号	项目名称	学时	类型	要求
1	创业策划	2	基础性	必做
2	CI 策划与广告策划	6	基础性	必做
3	市场营销策划	4	基础性	必做
4	品牌策划	4	基础性	必做
合 计		16	-	

六、学时分配

章次	内容	学时	学时分配	
			理论	实训
1	绪论	4	4	
2	企业战略策划	4	4	
3	商业模式开发与创业策划	8	6	2
4	CI 策划与广告策划	8	2	6
5	市场营销策划	8	4	4
6	品牌策划	6	2	4
7	店铺与经营连锁策划	4	4	
8	公关专题活动策划	4	4	
9	技术创新与专利技术开发策划	2	2	
合 计		48	32	16

七、教学方法与手段

1.综合多种教学方法，采取灵活的教学手段，着重培养学生对企业策划理论和基本技能的学习，以学生为中心进行教学。本课程采用的教学方法有：课堂理论讲授法、案例分析法、启发式、探究式、讨论式、任务驱动教学法等。

2.使用多媒体课件，学习通等来开展教学，针对企业策划业务，对学生分组任务直接进行分析点评和操作训练，向学生提供一个实际操作场景。强调学生对知识的主动探索、主动建构，以达到培养学生企业策划实际工作的基本技能和初步能力。

3.采用多媒体教学手段，配合例题的讲解及适当的思考题，保证讲课进度的同时，注意学生的掌握程度和课堂的气氛。

八、课程考核

1.考核方式：考查

2.计分制：百分制

3.成绩评定：

成绩构成	占比(%)	考核项目	考核要求
平时成绩	20%	作业(25%)	对按时完成作业、书写清晰、逻辑性强、重复率、正确性等方面进行考核
		出勤(20%)	对每节课按时出勤，不迟到、不早退，请假次数等方面进行考核
		课堂表现(20%)	对课堂纪律表现、线上线下互动表现等方面进行考核
		学习笔记本(20%)	对课堂学习笔记本的完整性、逻辑性、创新性（含课堂拓展学习笔记本）等方面进行考核
		自主学习(15%)	根据学习通线上任务完成数据体现
期中成绩	20%	详见试题评分标准	
期末成绩	60%	详见试题评分标准	

九、教材及教学资源

（一）推荐教材

[1]王光辉,朱培立.企业策划理论与实务.北京:机械工业出版社,2021.

（二）参考书目

- [1]陈孝铭.企业识别设计与制作.台北：久洋出版社，2020.
- [2]朱培立，王光辉.策划财富.广州：广东经济出版社，2020.
- [3]韦康博.互联网+红利时代：传统企业互联网转型实战.北京：人民邮电出版社，2021.

（三）线上资源

- 1.爱课程（中国大学 MOOC）郑州科技学院 王巧丽《市场营销策划》
<https://www.icourse163.org/course/ZIT-1206704839>
- 2.学堂在线 四川大学 左仁淑 《营销策划》
https://www.xuetangx.com/course/SCU63071000824/10318383?channel=i.area.manual_search

大纲修订人：王佳

大纲审核人：闫文谦