

<<多维互联市场营销创新人才培养机制>>

图书基本信息

书名：<<多维互联市场营销创新人才培养机制>>

13位ISBN编号：9787302281078

10位ISBN编号：7302281076

出版时间：2012-3

出版时间：清华大学出版社

作者：卢毅，黄黎平，翟静 著

页数：265

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<多维互联市场营销创新人才培养机>>

内容概要

“多维互联市场营销人才培养模式”是从实践中总结出来，并经过实践检验证明行之有效的一种应用型人才培养模式，对全面提高市场营销专业大学生的综合素质与实践能力有明显的促进作用。本书系统地阐述了多维互联人才培养模式的机制、方法，并有翔实的案例与训练内容，对市场营销人才乃至应用型人才培养模式的改革有较强的借鉴意义，并可直接用于市场营销专业的教学训练。

《多维互联市场营销创新人才培养机制——方法、案例及训练手册》既可供高等院校在市场营销专业人才培养中借鉴和使用，也可用于市场营销及工商管理类应用人才的教学和训练。

书籍目录

第一篇 理念与方法

第一章 缘起：从阳光课堂到多维互联市场营销人才培养模式

第一节 2006年，阳光课堂

第二节 2008年，“lpp+pa”模式与“团队项目训练法”

第三节 2009年，多维互联式人才培养模式

第二章 用市场营销理论建设市场营销专业的思考

第一节 营销是一个系统工程，营销人才培养也是一个系统工程

一、教学工作与学生工作一体化

二、理论教学与实践教学一体化

三、用品牌理论打造特色专业

第二节 以消费者为中心，按市场规律办事

一、正确认识消费者需求

二、追求校企双赢

第三节 整合资源，利用一切可利用的条件

一、充分发挥学科优势，充分利用高校资源

二、商机无处不在，实践机会随时可发现

三、建设多功能开放性专业实验室

第三章 应用型本科市场营销人才培养的整体设计

第一节 应用型本科市场营销人才培养整体设计理念

第二节 应用型本科市场营销人才培养的整体设计方案

一、“多维互联式”的市场营销专业教学计划

二、建立符合市场需求与市场营销人才成长规律的实践教学体系，加强师资队伍建设，进一步推动教学方法的改革

三、多维互联的市场营销人才培养模式实践教学平台

第三节 多维互联市场营销人才培养模式的保障机制

一、建立合理的教师绩效评价机制，明确恰当的教学科研关系导向

二、进一步提高学校在实践教学上的资源投入，出台相应办法鼓励教师提高实践能力

三、改革实践教学管理、考核机制

第四节 基于整体设计的多维互联市场营销人才培养机制的特色

一、多维互联化的人才培养方式，全方位、立体化的专业建设

二、用市场营销原理设计市场营销专业培养方案，用市场营销方法培养市场营销人才

三、实践教学平台实体化、市场化，充分发挥学生的主观能动性，拓宽实践教学的路径与手段，实践教学更重实效

第四章 创新产学研合作教育模式

第一节 产学研合作教育的现状及存在的问题

第二节 建立系统性、松散型实质性校企合作的多维互联人才培养模式

第三节 搭建实体化、市场化的实践教学平台

第四节 创新产学研合作教育的方式方法

教学案例：迪彩学生模拟公司项目训练操作手册

第五章 提高应用型本科院校实践教学效果的有效途径

第一节 加强学生的实践能力和综合素质培养是目前高校教学改革亟待突破的瓶颈

第二节 当今高校市场营销专业实践教学模式的概况

第三节 专业教研室指导专业学生社团，全面培养学生的综合素质与实践能力

一、专业学生社团对学生综合素质的提高有明显的促进作用

二、专业教研室指导专业学生社团，有利于融洽教与学的关系，促进学生综合素质与实践能力的提高

第四节 以“lpp+pa”模式，提高实践教学的综合性和创新性

第六章 市场营销实践教学的策划与实施

第一节 市场营销实践教学策划的意义

第二节 市场营销实践教学策划的程序与方法

一、选择合适的项目

二、合理安排实训内容及步骤

三、实施过程是对市场营销能力的高强度训练

四、评估使抽象的理论鲜活起来

五、撰写实训报告加深认识

第三节 实践教学策划中的几个关键环节

第七章 项目训练教学法概述

第一节 项目训练教学法的特点

第二节 项目训练教学的理论基础

一、建构主义理论基础

二、杜威的实用主义教育理论

三、布鲁纳的发现学习理论

四、多元智力理论基础

第三节 项目教学的发展

第四节 项目训练教学的操作流程

第五节 项目训练教学模式的优势

一、能够充分发挥学生的自主性

二、强调各种学科知识的交叉

三、强调学习与现实生活的联系

四、利于协作精神的培养

五、有利于学生创新精神的培养

六、有利于学生动手能力和实际问题能力的培养

七、有利于学生掌握学习的方法，培养学生走向未来必不可少的技能，即学会学习

第八章 pbl教学法在市场营销专业实训中的应用

第一节 问题提出的背景

第二节 pbl教学法的内涵和特征

第三节 pbl教学法在市场营销专业实训中的应用

一、在市场营销专业实训中运用pbl教学法的要点

二、基于pbl教学法的市场营销实训环节设计

第四节 将pbl教学法运用到市场营销专业实训中的意义

第九章 团队竞争性学习模式探索

第一节 团队竞争性学习模式的内涵

第二节 团队竞争性学习模式的实施

第三节 运用团队竞争性学习模式应注意的问题

第十章 基于团队项目训练法的市场营销实践课程设计

第一节 “与爱同行”市场营销策划综合训练

一、团队项目训练法的特点

二、市场营销策划“团队项目训练”的内容与程序

三、团队项目训练法的效果分析

第二节 商务谈判综合训练

一、商务谈判“团队项目训练”的内容与程序

二、“团队项目训练法”在商务谈判实践教学中的运用的效果分析

三、运用“团队项目训练”的教学体会及注意事项

第三节 销售渠道设计综合训练

- 一、“销售渠道设计综合训练”的目的及意义
- 二、“销售渠道设计综合训练”的程序
- 三、“销售渠道设计综合训练”的内容
- 四、“销售渠道设计综合训练”中存在的问题
- 五、“销售渠道设计综合训练”的意见与建议

第二篇 教学案例

教学案例一 我爱阳光系列活动

项目简介

一、“我爱阳光”系列活动策划方案

做新型大学生建和谐新校园——“我爱阳光”系列活动策划方案

二、重庆科技学院校园网关于我爱阳光活动的报道

教学案例二 基于工作过程的市场营销岗位认知实习

项目简介

案例目录

一、教学大纲

“市场营销岗位认知实训”教学大纲

二、教学实施计划表

三、2010市场营销认知实习策划方案

四、2010认知实习分组及项目情况一览表

五、实习教学情况总结报告

教学案例三 营销创意风暴·植入式广告创意大赛

项目简介

案例目录

一、营销创意风暴·植入式广告创意大赛活动策划书

二、营销创意风暴·植入式广告创意大赛宣传海报

三、营销创意风暴·植入式广告创意大赛报名表

四、首届营销创意风暴·植入式广告创意大赛总决赛节 目单

五、营销创意风暴大赛总决赛晚会背景喷绘

六、重庆科技学院校园网关于营销创意风暴活动的报道

教学案例四 创维笔记本电脑重庆大学城市场营销策划研究课题申报书

教学案例五 重庆专业it数码卖场市场调查报告

前言

目录

一、调查概况

二、重庆专业it数码卖场宏观经济环境

三、重庆主要it数码卖场调查分析

四、重庆专业it数码卖场认知度调查分析

五、消费者购买习惯分析

六、调查结论

七、百脑汇重庆市场swot分析

八、针对百脑汇重庆市场的建议

附件一 重庆数码产品市场调查方案

附件二 调查问卷

附件三 重庆主要媒体介绍

附件四 重庆本地大学概况

附件五 百脑汇公司简介

<<多维互联市场营销创新人才培养机>>

附件六指导老师简介(略)

附件七团队成员简介(略)

教学案例六乡情乡土文化创意产品交易网创业计划书

目录

一、概要

二、公司概况

三、产品与服务

四、环境分析

五、营销战略

六、营销策略

七、网站规划及设计

八、财务分析

九、风险及防范措施

附件一调查问卷

附件二指导老师简介(略)

附件三团队成员简介(略)

第三篇 市场营销项目训练手册

市场营销项目训练概述

市场营销项目训练(一): 市场调查

市场营销项目训练(二): 市场竞争分析

市场营销项目训练(三): 企业战略业务单位分析

市场营销项目训练(四): 市场定位分析

市场营销项目训练(五): 新产品上市策划

市场营销项目训练(六): 联合促销策划

市场营销项目训练(七): 消费者购买行为分析

市场营销项目训练(八): 消费者促销策划

市场营销项目训练(九): 营销策划方案

市场营销项目训练(十): 公关策划

市场营销项目训练(十一): 价格策划

市场营销项目训练(十二): 分销渠道设计

市场营销项目训练(十三): 网络营销策划

市场营销项目训练(十四): 创新营销

市场营销项目训练(十五): 饥饿营销策划

市场营销项目训练(十六): 病毒性营销策划

参考文献

编辑推荐

市场营销是一个系统工程，市场营销人才培养也是一个系统工程。

市场营销专业建设应将教师、教学、科研、学生作为一个整体来系统打造，全方位、立体化培养市场营销人才；充分整合资源，将课内教学与课外活动、社会实践结合起来通盘设计。

用综合项目训练培养学生自主的实践操作能力、项目运营能力，学生的专业能力和综合素质得到全面提高。

市场营销专业的人才培养应该是为学市场营销学生提供创造自己人生的一个舞台。

对营销专业学生来说，“做”比“看”重要，知、行一定要结合；对于营销教学来说，理论教学必须与实践教学并重，过程比结果重要，有经历就有收获。

给学生一个平台、一个过程，学生的潜能将得到充分激发。

市场营销专业的人才培养应该是为市场营销学生提供创造自己人生的一个舞台。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>