

淮南師範學院

实 验 教 学 大 纲 汇 编

市场营销专业  
(非师范专业)

经济与管理学院编

二〇一五年十二月

## 目 录

企业供应链模拟实验课程教学大纲.....	2
营销之道实验课程教学大纲.....	7
仓储与运输管理实验课程教学大纲.....	12
电子商务概论实验课程教学大纲.....	17
管理信息系统实验课程教学大纲.....	20
客户关系管理实验课程教学大纲.....	23
人力资源管理模拟实验课程教学大纲.....	26
商品学实验课程教学大纲.....	30
推广与策划实验课程教学大纲.....	34
网络营销实验课程教学大纲.....	39

# 企业供应链模拟实验课程教学大纲

课程编号：12120202601

课程属性：实验实训课

学时：36

学分：2

开课学期：4

适用专业：市场营销

先修课程：管理学、市场营销、人力资源管理、市场营销调研、物流管理概论、运筹学等

课程简介：

《企业供应链模拟》系统建立了一个平台，引导学生在社会化大生产中，利用流通组织形式和市场营销方式，将电子商务、市场营销、物流管理等专业理论知识融入产品生产和流通过程所涉及的原材料供应商、生产商、批发商、零售商以及最终消费者的活动中，组成跨地区供需网络。让学生在商品供给的链条中，参与企业间商品流通过程中发生的各种管理活动，通过信息的共有化、需求预测的共有化等等来实现物流机能的分担，实现商品流通全过程的效率最大化分析。让学生学习利用管理的计划、组织、指挥、协调和激励职能，对产品生产和流通过程中各环节所涉及的物流、信息流、资金流、价值流以及业务流进行的合理调控，以期达到最佳组合，发挥最大效率，迅速以最小的成本为客户提供具有较大附加值的信息。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020260101	交易中心注册	综合性	必做	4
1212020260102	认证中心信息完善	综合性	必做	4
1212020260103	调度中心管理	综合性	必做	4
1212020260104	仓储中心管理	综合性	必做	4
1212020260105	运输中心操作	综合性	必做	4
1212020260106	货托中心业务处理	综合性	必做	4
1212020260107	结算中心数据处理	综合性	必做	4
1212020260108	财务统计业务操作	综合性	必做	4
1212020260109	客户管理系统运用	综合性	必做	4
学时总计		36		

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：交易中心注册

#### 1、教学内容

熟悉交易中心界面，做好会员申请、会员服务和会员管理等工作。

#### 2、教学目标

- (1) 掌握注册申请会员；
- (2) 了解会员信息修改、更改密码、查看订单；
- (3) 学会发布信息供求、企业管理、产品管理、应收帐管理、应付帐管理。

### 实验项目 2：认证中心信息完善

#### 1、教学内容

在电子商务系统中，所有实体的证书都是由证书授权中心即 CA 中心分发并签名的。一个完整、安全的电子商务系统必须建立起一个完整、合理的 CA 体系。CA 体系由证书审批部门和证书操作部门组成。

#### 2、教学目标

- (1) 能正确填写相关信息，完成会员注册；
- (2) 掌握实现企业身份认证和企业 SET 认证的具体操作；
- (3) 掌握认证管理的具体功能：对认证中心会员的管理、身份认证的审批与管理、SET 认证的审批与管理。

### 实验项目 3：调度中心管理

#### 1、教学内容

调度中心是配送系统的中心机构，是发送指令的单位，控制仓储中心、运输中心等。配货管理模块完成从客户申配受理、配送作业生成、一直到实际配送出库的一系列管理功能，满足配送业务的需要，保障配送业务有序、高效地进行。

#### 2、教学目标

- (1) 掌握备货、理货和送货三个基本的配送工作环节；
- (2) 掌握调度管理的具体工作：通知仓储中心进行配货、核算运输费用、通知运输中心送货等。

### 实验项目 4：仓储中心管理

#### 1、教学内容

实现仓库网上管理，包括提供报警机制，对仓库中的异常情况自动报警，对库存的调整、内拨、盘点、退货、调换、包装、报废处理等进行管理，还有查询货位（箱位）的占用和剩余可使用情况。

仓储中心包括有货源管理、库存管理和包装货物。

#### 2、教学目标

- (1) 了解货源管理如何采用商家登记代理的方式；
- (2) 掌握库存管理的六项基本工作；
- (3) 了解包装货物应如何收到调度中心包装通知、配货管理。

### 实验项目 5：运输中心操作

#### 1、教学内容

负责接受调度中心的运输指令，按照跟踪号的配送地址进行送货。其操作如下：先是接收调度中

心发出的运输通知，然后调配车辆运输里去进行装运。

## 2、教学目标

- (1) 掌握运输员具体怎样负责接受调度中心的运输指令，按照跟踪号的配送地址进行送货；
- (2) 了解驾驶员管理、车辆管理和运输任务调度；
- (3) 了解运输方式的选择前提。

## 实验项目 6：货托中心业务处理

### 1、教学内容

当配送定单的运输方式为铁路运输、水路运输和航空运输时，配送中心由于硬件条件的约束，需要委托第三方的运输机构来完成运输任务，也必须支付委托运输费。

### 2、教学目标

- (1) 掌握货物托运委托书确认流程；
- (2) 了解业务办理的状态跟踪。

## 实验项目 7：结算中心数据处理

### 1、教学内容

结算中心设有以下功能：企业开户、更新密码、忘记密码、存款、取款、合同结帐、配送结算、货托结算、明细帐查询和余额查询。

### 2、教学目标

- (1) 掌握企业开户、更新密码、忘记密码的具体处理工作；
- (2) 掌握存款、取款、合同结帐、配送结算、货托结算；
- (3) 了解明细帐查询和余额查询。

## 实验项目 8：财务统计业务操作

### 1、教学内容

这里所说的财务管理不仅仅是指日常的、常规性的财务管理工作，更主要的是物流成本的分析、控制等较高层次的管理工作。

### 2、教学目标

- (1) 学会选择年、月、日对该日的所有财务出入帐进行统计；
- (2) 学会对配送中心的所收取的配送费和仓库保管费进行统计。

## 实验项目 9：客户管理系统的运用

### 1、教学内容

客户管理中心是查询、删除、新增客户、赋予每个客户唯一的识别号；输入、修改客户资料，包括客户背景、联系人、客户业务范围、与本公司相关的业务范围等详细内容；查看客户联系信息，查看客户服务信息。

### 2、教学目标

- (1) 掌握代理客户统计与查询和配送客户统计；
- (2) 掌握输入、修改客户资料，包括客户背景、联系人、客户业务范围、与本公司相关的业务范围等详细内容。

## 三、考核方式及要求

1、考核方式为考查。

2、学生实训课程评分方法：

(1) 课堂综合表现，占 30 分，包括课堂中是否认真填写各类练习以及是否积极参与讨论、积极发表意见、回答讲师提问等方面；

(2) 课后实验报告，占 40 分，要求 3000 字左右，根据综合演练的情况完成实习报告；

(3) 实战操作成绩，占 30 分，根据每个学生的实际操作成绩打分。

#### 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台(套)数	实验材料	备注
1212020260101	交易中心注册	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260102	认证中心信息完善	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260103	调度中心管理	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260104	仓储中心管理	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260105	运输中心操作	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260106	货托中心业务处理	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260107	结算中心数据处理	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260108	财务统计业务操作	电脑(60台)、 软件、投影		
1212020260109	客户管理系统运用	电脑(60台)、 软件、投影		

#### 五、教材及参考书

1、…;

2、…;

…书名. 著者. 版本. 出版社. 出版日期

#### 六、教改说明及其他

实验所用软件：南京商友教学软件有限公司研发的企业供应链动态教学系统。

大纲制定人：郭瑞

大纲审定人：何叶荣

制定时间：

# 营销之道实验课程教学大纲

课程编号：12120202603

课程属性：实验实训课

学时：36

学分：2

开课学期：6

适用专业：市场营销

先修课程：管理学、市场营销、人力资源管理、市场营销调研、消费者行为学等

课程简介：

《营销之道》是一套营销管理技能的综合训练平台，营销之道通过对企业营销管理的模拟，将企业运营中普遍应用的营销知识、工具、模型、方法与国内外成功企业的营销管理经验融入到虚拟企业的经营管理中，使学生在模拟经营中快速掌握营销管理这一实践性极强的学科知识，并使复杂、抽象、枯燥的营销理论知识趣味化、生动化和形象化。

《营销之道》模拟实战系统采用国际领先的商业模拟实战训练模式，全程在分组对抗与模拟实战的形式下学习与训练营销管理技能。参训学生分组组建成相互竞争的团队，每个团队分别组建一家模拟企业，通过团队的运营管理，运用所学的营销管理知识技能，努力提升企业绩效，在若干个经营周期内实现企业的经营目标。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020260301	开始模拟实训课程前的准备工作	演示	必做	2
1212020260302	熟悉整个系统的操作使用	演示	必做	6
1212020260303	完成第一季度模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260304	完成第二季度模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260305	完成第三季度模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260306	完成第四季度模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260307	第一阶段模拟运营总结	分析讨论	选做	2
1212020260308	完成 <b>第五季度</b> 模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260309	完成 <b>第六季度</b> 模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260310	完成 <b>第七季度</b> 模拟企业运营管理	综合性	必做	3
1212020260311	完成 <b>第八季度</b> 模拟企业运营管理	综合性	必做	3

1212020260312	完成整个实训课程的总结	分析讨论	选做	2
学时总计		36		

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：开始模拟实训课程前的准备工作

#### 2、教学内容

结合相关理论知识，如管理学、市场营销学、人力资源管理；消费者行为学、市场营销调研等，为此次模拟实训课程做好必要的准备工作，每个小组成员要熟悉自己的角色。

#### 2、教学目标

- (1) 系统介绍，规则介绍，商业背景环境介绍；
- (2) 组建团队，职责分工，命名企业名称，团队述职；

### 实验项目 2：熟悉整个系统的操作使用

#### 1、教学内容

要对该操作系统模块进行系统的学习和认识，熟悉每个模块的作用和操作原理。

#### 2、教学目标

- (1) 查看系统中的演示数据，分析其他团队的做法；
- (2) 模拟运营 1—2 个周期，熟悉所有操作；
- (3) 使用中的疑问进行答疑交流。

### 实验项目 3：完成第一季度模拟企业运营管理

#### 3、教学内容

在第一季度，企业刚起步，要充分结合企业此时资金不足，产品缺乏竞争力的特点，充分考虑企业的组织架构，完成第一季度模拟企业运营管理。

#### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：认识企业，组织架构与分工；
- (2) 模拟实训：第一季运营管理；
- (3) 小组讨论：第一季运营绩效；
- (4) 互动点评：第一季运营得失。

### 实验项目 4：完成第二季度模拟企业运营管理

#### 2、教学内容

结合企业第一季度的成败，做好 SWOT 细分工作，在市场细分的基础上选择合适的目标市场，完成第二季度模拟企业运营管理。

#### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：SWOT 分析，市场细分，目标市场选择；
- (2) 模拟实训：第二季运营管理；
- (3) 小组讨论：第二季运营绩效；
- (4) 互动点评：第二季运营得失。

### 实验项目 5：完成第三季度模拟企业运营管理

#### 1、教学内容

结合企业第二季度的成败，充分发挥营销策略组合的优势，完成第三季度模拟企业运营管理。

## 2、教学目标

- (1) 知识讲解：营销策略组合；
- (2) 模拟实训：第三季运营管理；
- (3) 小组讨论：第三季运营绩效；
- (4) 互动点评：第三季运营得失。

## **实验项目 6：完成第四季度模拟企业运营管理**

### 1、教学内容

结合企业第三季度的成败，放眼国际商场，做好互联网营销和服务营销工作，完成第四季度模拟企业运营管理。

### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：国际市场营销，互联网营销，服务营销；
- (2) 模拟实训：第四季运营管理；
- (3) 小组讨论：第四季运营绩效；
- (4) 互动点评：第四季运营得失。

## **实验项目 7：第一阶段模拟运营总结**

### 1、教学内容

结合前四个季度的成功经验与失败教训，对第一阶段的模拟运营做一个系统的分析讨论会。

### 2、教学目标

- (1) 各企业总经理述职；
- (2) 第一阶段企业经营得失总结；
- (3) 小组互评与老师点评。

## **实验项目 8：完成第五季度模拟企业运营管理**

### 1、教学内容

认真总结前四个季度的经验得失，展开新一轮的工作安排，认真分析波士顿矩阵，结合产品生命周期规律，完成第五季度模拟企业运营管理。

### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：波士顿矩阵分析，产品生命周期；
- (2) 模拟实训：第五季运营管理；
- (3) 小组讨论：第五季运营绩效；
- (4) 互动点评：第五季运营得失。

## **实验项目 9：完成第六季度模拟企业运营管理**

### 2、教学内容

该季度要重视品牌策略，努力为企业打造成功品牌，完成第六季度模拟企业运营管理。

### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：品牌策略；
- (2) 模拟实训：第六季运营管理；
- (3) 小组讨论：第六季运营绩效；
- (4) 互动点评：第六季运营得失。

## **实验项目 10：完成第七季度模拟企业运营管理**

### 3、教学内容

结合企业第六季度的成败，在财务分析的基础上，全面做好预算管理工作，完成第二季度模拟企业运营管理。

#### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：全面预算管理，财务分析；
- (2) 模拟实训：第七季运营管理；
- (3) 小组讨论：第七季运营绩效；
- (4) 互动点评：第七季运营得失。

### 实验项目 11：完成第八季度模拟企业运营管理

#### 1、教学内容

结合企业第七季度的成败，加强团队的沟通协作，授权合理，提高决策部门的执行力，完成第八季度模拟企业运营管理。

#### 2、教学目标

- (1) 知识讲解：团队沟通与协作，授权，执行力；
- (2) 模拟实训：第八季运营管理；
- (3) 小组讨论：第八季运营绩效；
- (4) 互动点评：第八季运营得失。

### 实验项目 12：完成整个实训课程的总结

#### 1、教学内容

结合前八个季度的成败得失，最整个模拟过程开展一次全面系统的讨论会，为日后的实践工作打好坚实的基础。

#### 2、教学目标

- (1) 小组总结：自评与互评整个实训过程的得失情况；
- (2) 教师总结：最终小组经营成绩及各组综合表现；
- (3) 课程总结：对理论与实践结合应用的总结。

## 三、考核方式及要求

1、考核方式为考查。

2、学生实训课程评分方法：

- (1) 课堂综合表现，占 30 分，包括课堂中是否认真填写各类练习以及是否积极参与讨论、积极发表意见、回答讲师提问等方面；
- (2) 课后实验报告，占 40 分，要求 3000 字左右，根据综合演练的情况完成实习报告；
- (3) 实战经营绩效，占 30 分，根据所在小组的综合成绩排名情况打分。

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台（套）数	实验材料	备注
1212020260301	开始模拟实训课程前的准备工作	电脑（60 台）、		

		软件、投影		
1212020260302	熟悉整个系统的操作使用	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260303	完成第一季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260304	完成第二季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260305	完成第三季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260306	完成第四季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260307	第一阶段模拟运营总结	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260308	完成第五季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260309	完成第六季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260310	完成第七季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260311	完成第八季度模拟企业运营管理	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260312	完成整个实训课程的总结	电脑（60台）、 软件、投影		

## 五、教材及参考书

1、…;

2、…;

…书名. 著者. 版本. 出版社. 出版日期

## 六、教改说明及其他

实验所用软件：杭州贝腾科技有限公司研发的《营销之道》软件

大纲制定人：郭瑞

大纲审定人：何叶荣

制定时间：

# 仓储与运输管理实验课程教学大纲

课程编号：12120202405

课程属性：专业方向课

学时：18

学分：1

开课学期：7

先修课程：物流管理

适用专业：市场营销

课程简介：

**课程定位：**本课程是高等院校物流管理专业必修课，是我院市场营销专业物流管理方向学生专业方向课，是对物流管理课程的深化和细化学习，仓储和运输是物流六大职能中的重要模块，其科学发展对企业的整个物流系统有决定作用。本实验课程教学目标是通过学习，使学生掌握仓储软件和运输软件的模块功能和使用方法。

**教学方法：**市场营销专业学生难有机会操作企业的物流管理系统，所以在教学环节中进行仿真操作，能增强学生的对于课程的理解里和本学科的实践竞争力。《仓储与运输管理》实验教学大纲以现行常用的仓储和运输的系统模块为教学软件，结合课程实践要求和我院实验中心硬件配置，是指导市场营销专业学生进行模拟物流工程实验的指导性文件，与理论课教学相辅相成，是课堂教学的必要补充。

**知识体系：**本课程是市场营销专业物流管理方向的一门专业课程，实践性较强。其任务是使学生全面系统掌握仓储和运输的基本理论、基本方法、基本内容，熟悉仓储与运输的流程及流程运行过程中的方法和所需的各种要素，了解仓库类型及运输业发展趋势，理解仓储与运输成本和绩效问题，并通过实训和实践使学生掌握相应操作技术。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020240501	仓储系统管理概述	综合性	必做	2
1212020240502	仓储管理系统仓位管理	综合性	必做	2
1212020240503	仓储管理系统货品管理	综合性	必做	2
1212020240504	入库管理和出库管理	综合性	必做	2
1212020240505	基于仓储软件的统计分析	综合性	必做	2
1212020240506	运输管理系统概述	综合性	必做	2
1212020240507	运输管理系统车辆调度管理	综合性	必做	2
1212020240508	运输管理系统运输结算管理	综合性	必做	2
1212020240509	运输管理系统基础资料管理	综合性	必做	2
学时总计				18

## 二、实验内容及教学要求

## 实验项目 1：仓储管理系统概述

### 1、教学内容

通过自动化立体仓库案例的教学，使学生对现代仓储业常用设备和使用方法有直观认识，通过仓储管理系统软件的演示，使学生了解仓储管理软件的功能模块构成和参数设置。

重点和难点是仓储管理系统模块构成和参数设置。

### 2、教学目标

- (1) 掌握仓储管理主要设备分类，对其使用方法和注意事项有直观认识。
- (2) 了解自动化立体仓库的发展和组成（自动化立体仓库案例）。
- (3) 仓储管理系统软件功能简介和参数设置。

## 实验项目 2：仓储管理系统仓位管理

### 1、教学内容

通过本课程的教学，使学生掌握新建仓库库内布局图和仓位管理的方法；在完成仓位设计后使用布局编辑器编辑各库信息的增减和其他相关设置。

重点和难点是仓位设计。

### 2、教学目标

- (1) 通过本课的教学，使学生掌握仓库平面图设计的方法；
- (2) 掌握仓位管理流程。

## 实验项目 3：仓储管理系统货品管理

### 1、教学内容

通过本课程的学习，使学生掌握将仓位和货品进行关联的方法，掌握如何添加和修改货品信息，如何手动和批量载入货品信息，如何运用系统管理软件进行快速查找货物。

重点和难点是仓位和货品进行关联的方法。

### 2、教学目标

- (1) 掌握将仓位和货品进行关联的方法；
- (2) 掌握如何添加和修改货品信息，注意手动和批量载入货品信息的区别；
- (3) 熟悉运用系统管理软件进行快速查找货物的方法；
- (4) 了解货品类型管理的方法。

## 实验项目 4：入库管理和出库管理

### 1、教学内容

对货物的入库进行管理。这是整过仓储业务的开始，这里输入的数据是后面业务操作的根据。在这里录入的数据要准确，才可以避免后面而数据的错误，特别是计算仓库的利用率的时候。出库管理是对货物的出库过程进行管理，和入库一样，会涉及较多单据和报表，仓储管理系统软件会简化入、出库管理流程，提高作业效率。

### 2、教学目标

- (1) 掌握货物入库制单方法和盘点入库单据制作程序；
- (2) 掌握货物入库程序；
- (3) 掌握货物出库作业的基本流程；
- (4) 掌握货物出库作业的依据和要求。

## 实验项目 5：基于仓储软件的统计分析

## 1、教学内容

仓储管理系统软件提供图形和报表两种分析统计输出形式，其中报表分析包括各种汇总表和明细表，通过本课程的教学，使学生熟悉这些统计分析模块功能。

## 2、教学目标

- (1) 了解仓储系统资料处理的方法；
- (2) 掌握货物盘点和快速查找的方法；
- (3) 掌握仓储管理系统报表分析方法。

## 实验项目 6：运输管理系统概述

### 1、教学内容

运输是物流管理系统六大职能的核心职能，我国运输成本占物流总成本的 40%以上，如何降低运输成本，实现运输合理化是重要的研究内容。运输管理软件是为科学管理运输环节而开发的应用型软件系统。通过本课程的学习，使学生对该软件的功能模块构成和主要应用有一定的认识。

### 2、教学目标

- (1) 了解运输合理化的内涵和实现措施；
- (2) 了解运输系统的模块分类和主体功能。

## 实验项目 7：运输管理系统车辆调度管理

### 1、教学内容

该模块功能在运输企业中起着非常重要的作用，运输企业的成本主要体现在车辆上，科学的调度能使企业最大限度地节约成本。本次课程旨在通过学习，使学生掌握利用计算机系统科学调度管理的方法。

### 2、教学目标

- (1) 掌握运输管理软件系统中运力管理的方法步骤；
- (2) 掌握运输管理软件系统中派车管理的方法步骤；
- (3) 掌握运输管理软件系统中线路管理的方法步骤；
- (4) 掌握运输管理软件系统中车辆网上跟踪的方法步骤；
- (5) 掌握运输管理软件系统中车辆跟踪查询的方法步骤；

## 实验项目 8：运输管理系统运输结算管理

### 1、教学内容

运输管理系统中运输结算管理是物流业务核算的重要组成部分，主要分为运输现金业务结算、运输往来业务结算、运输收入状况统计和运输成本核算四个部分。

### 2、教学目标

- (1) 了解运输结算管理的内容；
- (2) 掌握结算管理的业务步骤。

## 实验项目 9：运输管理系统基础资料管理

### 1、教学内容

运输管理系统中充斥着大量的基础信息资料，对基础资料的管理是运输管理信息系统的重要组成部分，通过本课程的学习，使学生了解运输管理系统基础资料管理的内容和相关的操作程序。

### 2、教学目标

- (1) 了解车辆类型管理的内容和操作方法；
- (2) 了解货物信息管理的内容和操作方法；
- (3) 了解车辆信息管理的内容和操作方法；

- (4) 了解计量信息管理的内容和操作方法;
- (5) 了解客户信息管理的内容和操作方法;
- (6) 了解运输节点信息管理的内容和操作方法;
- (7) 了解驾驶员信息管理的内容和操作方法;

### 三、考核方式及要求

本实验课程为考试课，成绩的评定采用平时成绩与试验考核成绩结合的方式进行，平时成绩占 30%，要根据实验预习、实验操作、实验报告、实验态度、遵守实验室规章制度等方面进行综合评定。实验考核成绩占 70%，考核以操作考试为主，学生上机考试，完成学生技能的考核，也可适当进行实验理论知识笔试，笔试采用开卷形式。根据出勤情况、学生在实验过程中上机操作情况及熟练程度等方面给定成绩。

具体标准如下：

优秀：遵守实验室制度，按时到达实验地点，实验态度认真积极，上机操作熟练。

良好：遵守实验室制度，按时到达实验地点，实验态度较认真，上机操作较熟练。

中等：遵守实验室制度，按时到达实验地点，实验态度端正，能顺利完成上机操作。

及格：实验态度基本端正，能基本完成上机操作。

不及格：旷课现象严重，实验态度不端正，无法完成上机操作。

### 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台(套)数	实验材料	备注
1212020240501	仓储系统管理概述	计算机	仓储管理软件	
1212020240502	仓储管理系统仓位管理	计算机	仓储管理软件	
1212020240503	仓储管理系统货品管理	计算机	仓储管理软件	
1212020240504	入库管理和出库管理	计算机	仓储管理软件	
1212020240505	基于仓储软件的统计分析	计算机	仓储管理软件	
1212020240506	运输管理系统概述	计算机	运输管理软件	
1212020240507	运输管理系统车辆调度管理	计算机	运输管理软件	
1212020240508	运输管理系统运输结算管理	计算机	运输管理软件	
1212020240509	运输管理系统基础资料管理	计算机	运输管理软件	

### 五、教材及参考书

- 1、《仓储与运输管理》(第 1 版)，武剑主编，中国人民大学出版社，2010 年；
- 2、《仓储管理》(第 1 版)，田源编著，机械工业出版社，2005 年；
- 3、《现代物流运输管理》(第 1 版)，张理主编，中国水利水电出版社，2005 年；
- 4、《仓储管理》(第 1 版)，王文信主编，厦门大学出版社，2006 年 9 月；
- 5、《物流仓储与配送管理实务》(第 1 版)，刘阳威、丁玉书主编，清华大学出版社，2013 年 1 月；
- 6、《仓储精细化管理全案》(第 1 版)，李育蔚主编，人民邮电出版社，2012 年 3 月；
- 7、《运输管理》(第 6 版)，爱德华 J·巴蒂主编，机械工业出版社，2011 年 3 月；
- 8、《物流运输管理实务》(第 1 版)，刘仕兄主编，北京交通大学出版社，2009 年 8 月。

## 六、教改说明及其他

大纲制定人:

大纲审定人:

制定时间: 2013.11.8

(此处加盖院系公章)

# 电子商务概论实验课程教学大纲

课程编号：12120202308

课程属性：专业必修

学时：18

学分：1

开课学期：6

先修课程：计算机文化基础

适用专业：市场营销

课程简介：

本课程属于专业必修课，实践性教学是市场营销学科中的重要环节，通过实验，促进学生对电子商务基础知识的理解，学习和掌握其他课程，并可以为学生毕业走上工作岗位后，缩短“适应期”，胜任工作奠定扎实的基础。

市场营销是一门科学性强、知识丰富、涉及市场营销、网络营销等知识，惯例众多、发展特别快的学科。从内容上应牢固掌握电子商务的基本理论、基本技术和法规等。从能力方面，能分析网络经济时代电子商务的具体案例，并有助于营销知识的理解和学习。从教学方法上，主要是理论教学和实践教学相结合。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020230801	学生注册，网上银行和信用认证模块的操作	综合	必做	2
1212020230802	B2C 模块的操作	综合	必做	3
1212020230803	B2B 模块的操作	综合	必做	3
1212020230804	网上交易市场模块的操作	综合	必做	4
1212020230805	综合操作电子商务	综合	必做	6
学时总计				18

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：学生注册，网上银行和信用认证模块的操作

#### 1、教学内容

学生掌握有关电子商务的最基本的操作，如注册；网上银行帐号的申请、存取款、汇款、转帐等

#### 2、教学目标

- (1) 了解注册申请的一般程序。
- (2) 熟悉认证中心和网上银行的操作。
- (3) 掌握 PIN 码、个人和企业的 CA 和 SET 证书的申请，网上银行个人和企业开户。

## 实验项目 2: B2C 模块的操作

### 1、教学内容

要求学生能够在 B2C 网站注册、登录；利用个人网上银行账户购买商品，在供货商的管理里添加商品。

### 2、教学目标

- (1) 了解 B2C 网站注册、登录的一般程序。
- (2) 熟悉登录模块查找商品
- (3) 掌握 B2C 购物的一般程序。

## 实验项目 3: B2B 模块的操作

### 1、教学内容

要求学生能够在 B2B 网站注册、登录；利用企业网上银行账户购买商品，在供货商的管理里添加商品，下载图片印章生成器并安装，制作企业公章。

### 2、教学目标

- (1) 了解 B2B 网站注册、登录的一般程序。
- (2) 熟悉登录模块查找商品。
- (3) 掌握 B2B 购物的一般程序和印章的制作。

## 实验项目 4: 网上交易市场模块的操作

### 1、教学内容

要求学生能够在网上交易市场网站注册、登录（包括个人和企业）；利用个人和企业网上银行账户购买商品；在贸易商情里发布供求信息；在竞买竞卖模块里进行虚拟竞拍。

### 2、教学目标

- (1) 了解网上交易市场注册、登录的一般程序。
- (2) 熟悉登录模块查找商品和购买商品的程序。
- (3) 掌握虚拟竞拍和贸易商情的发布。

## 实验项目 5: 综合操作电子商务

### 1、教学内容

要求学生上网进入一些著名的中、英文的电子商务网站进行操作；上网查找资料，写一份关于中国电子商务发展的调查报告。

### 2、教学目标

- (1) 了解各大著名电子商务网站的网址并注册。
- (2) 熟悉一些中英文网站的操作流程。
- (3) 掌握实际在各大电子商务网站购物的技巧和撰写关于中国电子商务发展的调查报告。

## 三、考核方式及要求

平时成绩 30%，项目操作成绩 70%。

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台(套)数	实验材料	备注
1212080120101	学生注册,网上银行和信用认证模块的操作	计算机 100 台和服务器 1 台	办公设备、实验报告等	

1212080120102	B2C 模块的操作	计算机 100 台和服务器 1 台	办公设备、实验报告等	
1212080120103	B2B 模块的操作	计算机 100 台和服务器 1 台	办公设备、实验报告等	
1212080120104	网上交易市场模块的操作	计算机 100 台和服务器 1 台	办公设备、实验报告等	
1212080120105	综合操作电子商务	计算机 100 台和服务器 1 台	办公设备、实验报告等	

## 五、教材及参考书

- |              |              |         |         |
|--------------|--------------|---------|---------|
| 1、宋文官        | 电子商务概论[M]    | 清华大学出版社 | 2012.10 |
| 2、邓凯著        | 电子商务[M]      | 中国电力出版社 | 2005    |
| 3、埃弗雷姆.特伯恩等著 | 电子商务[M]      | 电子工业出版社 | 2003    |
| 4、加里.斯奈德等著   | 电子商务[M]      | 机械工业出版社 | 2002    |
| 5、张铎         | 电子商务与现代物流[M] | 北京大学出版社 | 2002    |
| 6、中国物品编码中心编  | 条码技术与应用[M]   | 清华大学出版社 | 2003    |

## 六、教改说明及其他

由于电子商务注重实际操作，希望能增加实验课的课时，减少理论课的课时。

大纲制定人： 杜亚敏

大纲审定人：

制定时间：

(此处加盖院系公章)

# 管理信息系统实验课程教学大纲

课程编号：12120202301

课程属性：专业必修课

学时：18

学分：1

开课学期：3

先修课程：计算机文化基础

适用专业：市场营销

课程简介：

《管理信息系统》是一门培养学生信息系统分析、设计、开发能力的理论课程，同时要求学生具有较强的动手实践能力。在信息管理与信息系统专业的培养计划中，它是核心课程。本课程在教学内容方面着重基本理论、基本知识和基本方法。在实践能力方面着重培养系统分析方法、系统设计方法与基本技能的训练。实验课程不同于理论课程，应充分体现“教师指导下的以学生为中心”的教学模式，以学生为认知主体，充分调动学生的积极性和能动性，重视学生自学能力的培养。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020230101	管理信息系统认识实验	综合	必做	3
1212020230102	数据库实验	综合	必做	6
1212020230103	系统分析	综合	必做	3
1212020230104	系统设计	综合	必做	4
1212020230105	系统实施	综合	必做	2
学时总计				18

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：管理信息系统认识实验

#### 1、教学内容

让学生了解管理信息系统的基本原理，并学会基本的操作方法

#### 2、教学目标

- (1) 了解管理信息系统的基本原理
- (2) 熟悉管理信息系统的基本操作方法
- (3) 掌握管理信息系统初始化的步骤和方法

### 实验项目 2：数据库实验

#### 1、教学内容

学生掌握数据库的基本知识和基本操作，使用 SQL 定义表、更新表、进行基本的查询

#### 2、教学目标

- (1) 了解数据库相关知识和概念

- (2) 熟悉数据库的基本增、删、改、查操作
- (3) 掌握 SQL 操作语句，会用 SQL 定义表、更新表、设计数据库

### 实验项目 3：系统分析

#### 1、教学内容

根据系统功能需求，开展实地调查或通过 Internet 查阅相关资料，绘制系统的组织机构图

#### 2、教学目标

- (1) 了解系统分析的方法
- (2) 熟悉业务流程图、数据流程图、数据字典的绘制
- (3) 掌握系统说明书的编写

### 实验项目 4：系统设计

#### 1、教学内容

根据系统分析说明进行系统设计，包括：功能结构图设计、信息处理流程设计。

#### 2、教学目标

- (1) 了解系统设计的主要思想
- (2) 熟悉代码设计、输入输出设计、数据存储
- (3) 掌握系统设计流程

### 实验项目 5：系统实施

#### 1、教学内容

让学生了解系统设计说明书，培养编写程序、调试程序的能力

#### 2、教学目标

- (1) 了解系统设计说明书
- (2) 熟悉程序框图
- (3) 掌握数据流程图

## 三、考核方式及要求

考核方式：实验报告

成绩评定：实验过程表现和考勤占 30%，实验报告 70%

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台(套)数	实验材料	备注
1212020230101	管理信息系统认识实验	计算机 100 台	实验报告等	
1212020230102	数据库实验	计算机 100 台	实验报告等	
1212020230103	系统分析	计算机 100 台	实验报告等	
1212020230104	系统设计	计算机 100 台	实验报告等	
1212020230105	系统实施	计算机 100 台	实验报告等	

## 五、教材及参考书

- 1、肯尼斯 C. 劳顿，简 P. 劳顿. 管理信息系统. 北京：机械工业出版社，2011；
- 2、黄梯云，管理信息系统（第4版）. 北京：高等教育出版社，2009；
- 3、毛基业 等. 管理信息系统：基础、应用与方法. 北京：清华大学出版社，2011；
- 4、范并恩，许金. 管理信息系统. 上海：华东师范大学出版社，2011

## 六、教改说明及其他

由于管理信息系统注重实际操作，实践课时应该增加，减少理论课的课时，增加学生上机练习的时间，有助于学生动手能力的培养。

大纲制定人：    杜亚敏

大纲审定人：

制定时间：

# 客户关系管理实验课程教学大纲

课程编号：12120202407

课程属性：专业方向课

学时：18

学分：1

开课学期：5

先修课程：管理学、销售管理等

适用专业：市场营销

课程简介：

客户关系管理一门实践性较强的学科。通过实验教学环节，对学生进行实践技能和科学研究方法的训练，巩固其在课堂上所学书本知识，通过模拟操作使学生对客户关系管理的实务有深刻的感性认识。通过训练使学生达到实际操作人员的基本技能。从客户关系管理的应用功能出发，以客户关系管理各参与主体的运作为表现，使学生全面掌握客户关系管理的用途与操作技能。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020240201	了解 CRM 系统，系统基础设置	验证性	必做	6
1212020240202	客户管理	验证性	必做	4
1212020240203	销售管理	验证性	必做	4
1212020240204	营销业务管理	验证性	必做	4
1212020240205	客户管理相关统计分析决策	验证性	选作	0
学时总计				18

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：了解 CRM 系统，系统基础设置

#### 1、教学内容

(1) 演示 CRM 系统，练习其功能。

(2) 登录客户管理系统，并进行基础资料设置、系统设置、初始化数据库、数据库备份与恢复、操作员管理、商品管理与员工提成设置。

#### 2、教学目标

(1) 了解 CRM 概况；

(2) 对 CRM 软件进行初始化处理和基础设置。

### 实验项目 2：客户管理

#### 1、教学内容

包括客户资料管理、客户联系管理、客户跟进管理、客户提醒管理、客户回款管理、流失客户管理、文档合同管理、客户信息管理。

## 2、教学目标

掌握对客户管理的基本方法与技巧

### **实验项目 3：销售管理**

#### 1、教学内容

(1) 完成销售任务的信息录入、维护、关闭和查询功能。完成对市场任务相关的日程、进程、产品、附件等信息的编辑。

(2) 通过销售机会管理可以维护销售机会列表，编辑销售机会，生成销售任务，查看销售机会中客户的信息。

(3) 通过报价管理，主要完成对客户所作报价单的定义、维护和查询功能，并将相应的报价单的信息携带进销售订单。

#### 2、教学目标

通过对销售系统进行基础资料的设置，包括：权限控制、审批流程、销售主页设置、销售方法定义、商机配置、系统参数的设定等，来实现系统正常的销售管理活动。

### **实验项目 4：营销业务管理**

#### 1、教学内容

(1) 线索管理包括 添加线索、浏览线索、修改线索信息、向他人移交线索、删除线索、将线索升级为新客户和联系人等。

(2) 客户、联系人操作主要在 CRM 客户关系管理系统中，客户管理、联系人管理中完成。

(3) 联系人管理主要提供了添加、浏览、移交、删除、报表等功能；客户管理主要提供了客户的添加、新建、报表等功能。二者都详细地记录了联系人、客户的详细信息，还提供了任务等功能。

(4) 在销售机会管理的过程中，可以添加销售机会，在详细的页面浏览机会，对机会进行统计和报告。

(5) 另外，你也可以对成功把握的销售机会进行评估等。

(6) 在竞争对手的主页可以浏览对手，添加对手，对对手做报告等。

#### 2、教学目标

通过本课程实验，掌握对客户管理软件中销售业务管理的基本方法与技巧。

### **实验项目 5：客户管理相关统计分析决策**

#### 1、教学内容

对客户、合作伙伴、竞争对手、市场、销售、服务、产品及员工的各种信息进行统计和分析，为企业发展提供决策依据。为形象地表现分析的结果。

## 2、教学目标

(1) 如何对客户、合作伙伴、竞争对手、市场、销售、服务、产品及员工的各种信息数据进行统计和分析；

(2) 如何对分析出来的数据进行下一步的工作安排。

## 三、考核方式及要求

本课程为考试课，实验课程考试方法由上机操作和实验报告两大块组成；评分标准：上机操作占 70%，实验报告成绩占 30%。

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台(套)数	实验材料	备注
1212020240201	了解 CRM 系统，系统基础设置	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212020240202	客户管理	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212020240203	销售管理	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212020240204	营销业务管理	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212020240205	客户管理相关统计分析决策	联网计算机及相关软件	计算机耗材	

## 五、教材及参考书

1、《客户关系管理—客户关系的建立和维护(第3版)》，清华大学出版社，苏朝晖编著，2014年 第3版

## 六、教改说明及其他

大纲制定人：                    沈晓霞

大纲审定人：

制定时间：

# 人力资源管理模拟实验课程教学大纲

课程编号：12120202605

课程属性：必修

学时：36

学分：2

开课学期：7  
资源管理等

先修课程：管理学、市场营销、人力

适用专业：市场营销

课程简介：

《人力资源管理模拟》实验课程是管理类各专业培养计划的主干课程之一，它的任务是通过人力资源管理专业软件使学生掌握人力资源开发与管理的的基本理论和可操作的方法，并初步具有企业人力资源管理的能力。本课程是让学生在掌握人力资源管理的基本知识和技能的基础上，运用人力资源管理软件，掌握具体的人力资源管理技术。包括通过人力资源管理信息系统对员工进行人事管理；工作说明的输入；进行人力资源需求与供给预测；开展人才测评，进行有效的员工招聘与培训；使用计算机进行员工绩效考评和员工薪酬管理。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020260501	人力资源管理软件的安装与使用方法	演示	必做	2
1212020260502	人力资源规划及组织结构设置	演示	必做	2
1212020260503	人力资源招聘模拟实验	综合性	必做	8
1212020260504	人才测评	综合性	必做	12
1212020260505	培训管理模拟实验	综合性	必做	6
1212020260506	绩效管理模拟实验	演示	选做	2
1212020260507	薪酬管理模拟实验	演示	选做	2
1212020260508	合同管理模拟实验	演示	选做	2
学时总计			36	

## 二、实验内容及教学要求

## 实验项目 1：人力资源管理软件的安装与使用方法

### 3、教学内容

回顾相关理论知识：人力资源管理发展的阶段；国内外的人力资源管理思想；人力资源管理的现状及趋势。

### 2、教学目标

- (1) 了解北森人力资源管理软件的组成；
- (2) 熟悉人力资源管理软件的基本原理；
- (3) 掌握人力资源管理软件基础业务的使用方法。

## 实验项目 2：人力资源规划及组织结构设置

### 1、教学内容

通过企业背景资料的分析，明确人力资源规划在企业中的重要作用。

### 2、教学目标

- (1) 了解企业各部门的构成及关系；
- (2) 理解人力资源管理人员配备的基本内容和知识；
- (3) 掌握机构设置原理

## 实验项目 3：人力资源招聘模拟实验

### 4、教学内容

人力资源招聘的定义，及其对企业发展的意义；人力资源招聘与选拔的程序

### 2、教学目标

- (1) 了解如何发布公司信息和人才信息；
- (2) 掌握公司实施招聘人才及求职者应聘岗位；
- (3) 建立一个招聘和应聘的互动平台；
- (4) 掌握人力资源管理招聘的基本内容和知识，具备组织和实施企业人力资源招聘工作的基本能力。

## 实验项目 4：人才测评

### 3、教学内容

人才测评的意义、类型；常用的测评方法及标准量表；评价中心、胜任力模型构建

### 2、教学目标

- (1) 通过北森人力资源实践教学系统了解人才测评的目的、意义及类型；
- (2) 掌握履历分析、心理测验、结构化面试、无领导小组讨论、公文筐测验的实操流程与方法，从而进行有效的人力资源测评和选拔
- (3) 掌握测评数据的各种处理方法以及测评报告的编写结构

## 实验项目 5：培训管理模拟实验教学内容

### 1、教学内容

员工培训重要意义、原则；评估培训结果的方法

### 2、教学目标

- (1) 理解人力资源培训管理的基本内容和知识；
- (2) 掌握培训管理原理；
- (3) 具备设定各个培训项目、培训方案和培训考评的能力。

## 实验项目 6：绩效管理模拟实验

### 1、教学内容

员工考核、绩效管理的定义；员工考核的内容；考核指标和内容、标准的设计方法。

### 2、教学目标

- (1)理解人力资源绩效管理的基本内容和知识；
- (2)掌握绩效管理原理；
- (3)具备绩效分析、绩效评估的基本能力；
- (4)能设定评估考核标准，对绩效考核效果进行统计分析。

## 实验项目 7：薪酬管理模拟实验

### 1、教学内容

薪酬管理的基本思想；影响报酬高低的因素；薪酬管理的基本方法；薪酬的有关理论。

### 2、教学目标

- (1)了解企业薪资情况及薪酬查询；
- (2)理解人力资源工作中员工的薪资、计件工资、工资总计以及详细信息等相关知识；
- (3)掌握薪酬管理原理；
- (4)具备公司薪酬设计和薪酬管理的基本能力。

## 实验项目 8：合同管理模拟实验

### 1、教学内容

劳动关系的构成要素；劳动合同的内容；企业劳动合同变更；解决劳动争议的原则

### 2、教学目标

- (1)了解劳资双方的劳动关系；
- (2)明确双方的权利和义务；
- (3)能根据现行《劳动法》、《劳动合同法》及其它有关劳动法律、法规、规章以及资方依法制定的规章制度的规定，签订劳动双方合同。

## 三、考核方式及要求

考核方式为考查。平时+笔试+操作”考核方式。强调学生平时实验表现，同时，考查学生的实验原理解与实际动手操作能力。学生成绩评定方法为：平时成绩和最后实验成绩的加权平均，计算办法：总成绩=笔试成绩×20%+操作成绩×40%+平时成绩×40%。（其中操作成绩：学生模拟人力资源的各个处理环节，依老师指定的职业类别和招聘者信息进行测评判断，以判断结果评分；写出实验报告并记入成绩。）

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台（套）数	实验材料	备注
1212020260501	人力资源管理软件的安装与使用方法	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260502	人力资源规划及组织结构设置	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260503	人力资源招聘模拟实验	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260504	人才测评	电脑（60台）、		

		软件、投影		
1212020260505	培训管理模拟实验	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260506	绩效管理模拟实验	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260507	薪酬管理模拟实验	电脑（60台）、 软件、投影		
1212020260508	合同管理模拟实验	电脑（60台）、 软件、投影		

## 五、教材及参考书

- 1、…;
- 2、…;
- …

书名. 著者. 版本. 出版社. 出版日期

## 六、教改说明及其他

实验所用软件：北森标准化测验实践教学系统

大纲制定人:

大纲审定人:

制定时间:

# 商品学实验课程教学大纲

课程编号： 1203203

课程属性： 专业必修课

学 时： 18 学时

学 分： 1

开课学期： 第四学期

先修课程： 中学化学

适用专业： 市场营销

课程简介：

《商品学》课程实验教学大纲是按《商品学》课程大纲和教材的基本要求编写的，是作为与《商品学》理论教学相配合使用的实验教材大纲。可供市场开发与营销专业的学生学习使用。

《商品学实验》提供了与课堂教学有密切联系的实验内容，其中涉及食品、纺织品与服装、日用工业品、包装材料与包装容器、商品检测技术、商品养护技术等有关知识的实验，每个实验不仅完整地叙述了试验过程、目的和要求，而且对试验采用仪器的结构原理、使用方法和使用规则以及测试对象和测试目的也作了详尽的介绍，以达到实验与理论教学相结合的目的。

实验课是商品学的重要内容，通过实验，能提高学生的动手能力，加深学生对理论的理解，培养学生掌握识别商品和鉴定商品的技能。因此，商品学实验室的主要实验是有关商品的性质、商品检验和商品贮藏养护等方面的内容。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
120320301	仪器的认领、洗涤和干燥、安全教育等	演示	必做	3
120320302	塑料主要品种的鉴别	验证	必做	3
120320303	纺织纤维的热反应与燃烧法鉴别	验证	必做	3
120320304	纺织纤维水分测定（烘箱法）	设计性	必做	3
120320305	茶叶品质的感官审评	综合性	必做	3
120320306	白酒的品评与鉴定	综合性	必做	3
学时总计			18	

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：仪器的认领、洗涤和干燥、安全教育等

#### 1、教学内容

- (1) 认领仪器，按仪器清单给学生逐个讲解和认领
- (2) 洗涤仪器，讲解并演示洗涤方法
- (3) 干燥仪器

## 2、教学目标

- (1) 了解使用注意事项
- (2) 熟悉商品学实验室规则和要求。领取商品学实验室常用仪器并熟悉其名称、规格
- (3) 掌握并练习常用仪器的洗涤和干燥方法

## 实验项目 2：塑料主要品种的鉴别

### 1、教学内容

- (1) 外观鉴别法：通过观察各种塑料的外观特征如光泽、透明度、手感、表面硬度、敲击声音及在沸水中的变形情况，判断塑料的种类。
- (2) 燃烧鉴别法：通过不同塑料品种燃烧时所表现出燃烧难易、气味、焰色、残渣等不同，判断塑料的种类。

### 2、教学目标

- (1) 了解塑料的某些特性
- (2) 熟悉每种塑料的外观和燃烧性能
- (3) 掌握几种鉴别塑料制品的方法，并做到方法简明，速度快，准确性好

## 实验项目 3：纺织纤维的热反应与燃烧法鉴别

### 1、教学内容

- (1) 手感目测法：根据纺织纤维外观、形态、色泽、手感、手拉强度等感官特性，鉴别出纺织纤维的类别。
- (2) 显微镜观察法：利用生物显微镜的放大作用，通过观察各种纤维的纵向及横断面形态结构特征来鉴别纤维的种类。
- (3) 燃烧法：根据各种纤维在燃烧时产生不同的焰色、燃速、气味、灰烬等现象，确定纤维的大类。

### 2、教学目标

- (1) 了解纤维的热反应与燃烧特征
- (2) 熟悉用燃烧法鉴别纤维
- (3) 掌握试验方法

## 实验项目 4：纺织纤维水分测定（烘箱法）

### 1、教学内容

- (1) 纺织纤维吸湿的表示方法——回潮率和含水率
- (2) 各种纺织纤维的吸湿性能——直接测量法和间接测量法

### 2、教学目标

- (1) 了解不同纺织品纤维回潮率大小的初步概念
- (2) 熟悉测定数种纺织材料的回潮率、含水率的方法
- (3) 掌握烘箱、天平的基本结构原理以及使用方法

## 实验项目 5：茶叶品质的感官审评

### 1、教学内容

- (1) 茶叶的外形审评。通过检查、观察各种茶叶的外形、嫩度、净度和干茶色泽，看茶叶是否符合标准规格的要求。

(2) 茶叶的内质审评。通过检查茶叶的香气、汤色、滋味和叶底，看茶叶的内在质量是否合乎质量指标。

## 2、教学目标

- (1) 了解茶叶的品种、感官品质等
- (2) 熟悉五大类典型茶叶的品种、质量状况和标准
- (3) 掌握茶叶的评审方法、步骤

## 实验项目 6：白酒的品评与鉴定

### 1、教学内容

根据白酒的感官质量指标，对五种香型的白酒进行色泽、香气和滋味评审，看是否符合产品质量标准要求。

### 2、教学目标

- (1) 了解辨别白酒优劣的方法
- (2) 熟悉五种典型香型的白酒感官质量指标及鉴定方法
- (3) 掌握酒类的感官评审方法、步骤等

## 三、考核方式及要求

1. 本课程为考查课，考核主要依据：实验课考勤、实验操作和实验报告成绩，其中考勤占 30%，实验操作占 40%，实验报告占 30%。

2. 实验成绩评定采取五级记分制：优、良、中、及格、不及格。

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台(套)数	实验材料	备注
120320301	仪器的认领、洗涤和干燥、安全教育等	实验室常用的玻璃仪器	各种仪器	
120320302	塑料主要品种的鉴别	实验室常用的玻璃仪器、酒精灯、镊子、电炉	聚乙烯、聚氯乙烯、聚丙烯、聚苯乙烯、酚醛、尼龙等制品	
120320303	纺织纤维的热反应与燃烧法鉴别	实验室常用的玻璃仪器、酒精灯、放大镜、镊子	棉花、麻、蚕丝、羊毛、涤纶、粘纤、腈纶、锦纶等纤维或纺织物	
120320304	纺织纤维水分测定	实验室常用的玻璃仪器、烘箱、天平	棉、羊毛、锦纶等纺织物	
120320305	茶叶品质的感官审评	实验室常用的玻璃仪器、开水瓶	各种茶叶	
120320306	白酒的品评与鉴定	实验室常用的玻璃仪器、酒杯	各种白酒	

## 五、教材及参考书

- 1、《商品学实验教学指导书》本院教师自编；
- 2、胡东帆，《商品学概论》，东北财经大学出版社。2005 年第 1 版；

3、孙君社，《食品感官鉴评》，华南理工大学出版社，1994年第1版

#### 六、教改说明及其他

教师课堂讲解并示范后，由学生依据实验内容的不同分组进行实验操做。

大纲制定人：王艳秋

大纲审定人：

制定时间：2013.11.25

（此处加盖院系公章）

# 推广与策划实验课程教学大纲

课程编号：12120202604

课程属性：专业必修课

学时：36

学分：2

开课学期：6

先修课程：市场营销学 市场营销调研

适用专业：市场营销

课程简介：

**课程定位：**本课程是高校市场营销专业学生的专业必修课，目的是培养学生运用所学市场开发与营销专业知识和市场营销策划理论，掌握营销推广与策划的流程。使学生认识到市场营销策划是建立市场调研，通过对企业内外部环境分析和企业自身的资源条件基础上，并具有创新性、可操作性、系统性、实效性、效益性等特点。

**教学方法：**推广与策划课程设置的主要目标是培养学生学以致用策划推广能力，这种能力是综合性、复合性和系统性的。在课程学习过程中就必须掌握的，是创意形成技能、信息处理技能和方案表达技能这三种技能，因此在教学过程中，应以此三种技能的培养为中心，以行业仿真项目推广与策划为基础，营造开放性教学环境，设置更多的学生实践环节。

**知识体系：**本课程是市场营销专业学生的必修课程，实践性较强。主要内容包括：企业市场调研策划、市场定位策划、市场竞争策划、企业形象推广与策划、产品推广与策划、价格策划、促销推广与策划等。通过营销推广与策划实训加深对营销策划的基本理论、基本方法的掌握与运用，提高学生分析问题和解决问题的实践能力，为学生从事营销工作打下基础。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212020260401	团队 CIS 策划	综合性	必做	4
1212020260402	市场调研策划、执行和调研报告撰写	综合性	必做	4
1212020260403	市场定位策划	综合性	必做	4
1212020260404	产品推广与策划	综合性	必做	4
1212020260405	价格策划	综合性	必做	4
1212020260406	渠道推广与策划	综合性	必做	4
1212020260407	促销活动策划	综合性	必做	4
1212020260408	广告推广与策划	综合性	必做	4
1212020260409	创业项目推广与策划	综合性	必做	4
学时总计			36	

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：团队 CIS 策划

#### 1、教学内容

CIS 把企业形象作为一个整体进行建设和发展。组建团队，给出 CIS 定位、导入思路和策略，进行团队 CIS 设计。

#### 2、教学目标

- (1) 了解团队组建的注意事项；
- (2) 掌握 CIS 策划内容与方法；
- (3) 熟悉 CIS 导入方案的设计。

### 实验项目 2：市场调研策划、执行和调研报告撰写

#### 1、教学内容

通过本课程的学习，使学生了解市场调研的全过程，掌握市场调研方案策划、调研执行及调研报告的撰写等三大环节的具体程序、技巧和方法。

#### 2、教学目标

- (1) 掌握市场调研策划方案的具体框架内容；
- (2) 掌握市场调研策划的步骤；
- (3) 熟悉市场调研执行的管理细则；
- (4) 掌握调研分析的数据处理方法；
- (5) 熟悉调研报告撰写的格式要求；
- (6) 熟悉完整调研报告文案的撰写；
- (7) 了解调研报告撰写的注意事项。

### 实验项目 3：市场定位策划

#### 1、教学内容

所谓市场定位,就是根据竞争者现有产品在市场上所处的位置,针对消费者对该产品某种特征或属性的重要程度,强有力地塑造出本企业产品与众不同的、给人印象鲜明的个性或形象,并把这种形象生动地传递给消费者,从而使该产品在市场上确定适当的位置。通过本课程的学习,使学生了解、掌握市场定位策划方案的框架构成、具体的内容、格式要求,重点掌握市场定位策划的程序、方法、技巧。

#### 2、教学目标

- (1) 掌握市场分析的 SWOT 分析法；
- (2) 掌握市场定位的程序；
- (3) 熟悉市场细分和定位的技巧；
- (4) 掌握撰写市场定位策划书。

### 实验项目 4：产品推广与策划

#### 1、教学内容

产品推广与策划分为两类：一类是产品研发策划，主要是针对市场需求，以细分市场为基础，形成一个产品开发的整体思路，以期拓展新的增长点。另一类是产品营销推广，即谋划通畅的销售渠道、持续的销售态势和维持产品设计的理想化售价，通俗讲，就是如何能更好地将产品卖掉，并在销售过程中，塑造新的品牌形象。通过本课程的学习，使学生了解、掌握产品推广与策划的框架构成、具体的内容、格式要求，重点掌握推广与策划的程序和方法。

#### 2、教学目标

- (1) 了解进行市场背景分析的方法；
- (2) 了解竞争者产品策略调查的方法；
- (3) 掌握产品描述及核心利益分析；
- (4) 掌握产品组合设计的方法；
- (5) 掌握撰写产品方案推广策划书。

## 实验项目 5：价格策划

### 1、教学内容

价格策划是指企业通过对顾客需求的估量和成本分析，选择一种能吸引顾客、实现市场营销组合策略的方法。通过本课程的学习，使学生掌握企业定价策略与定价方法，价格策划的流程与方法，策划书的内容与格式要求。

### 2、教学目标

- (1) 掌握企业定价策略与方法；
- (2) 熟悉定价方案的设计；
- (3) 掌握价格策划的流程方法；
- (4) 掌握撰写价格策划书。

## 实验项目 6：渠道推广与策划

### 1、教学内容

渠道推广与策划是流通规划任务，就是在适当的时间，把适量产品送到适当的销售点，并以适当的陈列方式，将产品呈现在目标市场的消费者眼前，以方便消费者选购。通过本课程的学习，使学生掌握分销渠道的选择、设计和管理。

### 2、教学目标

- (1) 掌握影响分销渠道因素的分析方法；
- (2) 掌握分销渠道的选择模式及管理方法；
- (3) 掌握撰写渠道推广策划书。

## 实验项目 7：促销活动策划

### 1、教学内容

促销活动策划是指运用科学的思维方式和创新的精神，在调查研究的基础上，根据企业总体营销战略的要求，对某一时期各种产品的促销活动作出总体规划，并为具体产品制定图详而严密的活动计划，包括建立促销目标、设计沟通信息、制定促销方案、选择促销方式等营销决策过程。通过本课程的学习，使学生掌握促销策划的流程与内容，学会进行促销方案设计 & 实施。

### 2、教学目标

- (1) 熟悉促销活动策划的程序；
- (2) 了解促销活动策划的必要性；
- (3) 掌握促销策略组合的设计方法；
- (4) 掌握促销策划案设计的具体内容和格式要求。

## 实验项目 8：广告推广与策划

### 1、教学内容

广告推广与策划就是对广告的整体战略与策略的运筹规划。广告推广策划就是对于提出广告决策、实施广告决策、检验广告决策全过程作预先的考虑与设想。通过本课程的学习，使学生掌握一般营销广告推广策划的程序、方法及广告创意设计。

## 2、教学目标

- (1) 了解项目竞争者的广告推广策略；
- (2) 熟悉广告媒体调查；
- (3) 掌握广告推广策划的内容和要求，能进行广告创意设计。

## 实验项目 9：创业项目推广与策划

### 1、教学内容

通过本课程的学习，使学生掌握创业项目策划书的格式与内容，具备方案的阐述能力与答辩能力，能够根据市场实际对方案进行论证与分析。

### 2、教学目标

- (1) 掌握创业项目策划书的撰写格式和内容要求；
- (2) 掌握规范格式创业项目演示文档制作的方法。

## 三、考核方式及要求

本实验课程为考试课，成绩的评定采用考核个人在实验课中的表现即平时成绩与考核策划书成绩相结合的方式进行，平时成绩占 30%，要根据实验课出勤、实验操作、实验态度、遵守实验室规章制度等方面进行综合评定。考核策划书成绩占 70%，从策划书的格式、方案创意、可行性、完整性等方面进行考核。具体标准如下：

优秀：遵守实验室制度，按时到达实验地点，实验态度认真积极，策划书格式整齐，内容能很好反映教学成果。

良好：遵守实验室制度，按时到达实验地点，实验态度较认真，策划书格式正确，内容能较好反映教学成果。

中等：遵守实验室制度，按时到达实验地点，实验态度端正，策划书格式正确，内容能准确反映教学成果。

及格：实验态度基本端正，能基本完成上机操作，策划书格式基本正确，内容能一定程度地反映教学成果。

不及格：旷课现象严重，实验态度不端正，无法完成规定策划书的撰写。

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台（套）数	实验材料	备注
1212020240501	团队 CIS 策划	计算机	策划方案	
1212020240502	市场调研策划、执行和调研报告 撰写	计算机	数据分析软件 策划方案	
1212020240503	市场定位策划	计算机	策划方案	
1212020240504	产品推广与策划	计算机	策划方案	
1212020240505	价格策划	计算机	策划方案	
1212020240506	渠道推广与策划	计算机	策划方案	
1212020240507	促销活动策划	计算机	策划方案	
1212020240508	广告推广与策划	计算机	策划方案	
1212020240509	创业项目推广与策划	计算机	策划方案	

## 五、教材及参考书

- 1、《营销策划》(第1版),张科平编,清华大学出版社,2007年4月;
- 2、《营销策划》(第2版),叶万春、叶敏编著,清华大学出版社,2008年;
- 3、《营销管理》(第14版),菲利普·科特勒主编,格致出版社,2012年8月;
- 4、《网络营销与策划》(第1版),刘芸编,清华大学出版社,2010年8月;
- 5、《网络营销推广》(第1版),江礼坤主编,电子工业出版社,2012年1月;
- 6、《营销策划技术》(第1版),梁慧琼主编,人民邮电出版社,2011年5月;
- 7、《促销管理技术实训》(第1版),李纲、程鹏主编,机械工业出版社,2008年10月;
- 8、《市场调研与预测》(第3版),陈启杰主编,上海财经大学出版社,2008年12月。
- 8、《市场调研运用 EXCEL 数据分析》(第2版),阿尔文 C·伯恩斯主编,机械工业出版社,2009年5月。

## 六、教改说明及其他

大纲制定人:

大纲审定人:

制定时间: 2013.11.8

(此处加盖院系公章)

# 网络营销实验课程教学大纲

课程编号：12120801301

课程属性：专业必修课

学时：10

学分：1

开课学期：3

先修课程：电子商务概论、市场营销等

适用专业：电子商务

课程简介：

本课程属于专业必修课，电子商务学科实践性教学中重要环节，通过实验，使学生为学习和掌握其他课程打好基础，并可以为毕业生走上工作岗位后，缩短“适应期”，胜任工作奠定扎实的基础。

为了使学生更好地理解和深刻地把握网络营销相关知识，本实验教学目标与基本要求是：通过本实验课程的学习，分别开展网络营销策划实战训练和网络营销基本技能训练，让学生通过上网实习，熟悉企业网络营销活动常用工具及方法，掌握网络市场调研的技巧与方法，掌握制定网络营销策略的方法和实施网络营销的程序，能够进行简单的企业网络营销策划和建设，具备从事网络营销的能力。

## 一、实验项目设置及学时分配

项目编号	实验项目名称	实验类型	开出要求	学时分配
1212080130101	域名注册及域名服务商	验证性	必做	2
1212080130102	网站建设	验证性	必做	2
1212080130103	网络广告及网络广告服务商	验证性	必做	2
1212080130104	搜索引擎和搜索引擎服务商	验证性	必做	2
1212080130105	电子商务 B2B	验证性	必做	2
学时总计		10		

## 二、实验内容及教学要求

### 实验项目 1：域名注册及域名服务商

#### 1、教学内容

(1) 域名注册是网站建设的基础。通过该实验使学生掌握域名注册的步骤，以及域名管理等功能。为网站的推广做好准备

(2) 域名服务商是域名申请的审批者。通过该实验使学生掌握域名申请的审批流程；域名商所具备的域名管理等功能；域名网站首页上公告、促销产品、域名常识等信息的发布。

#### 2、教学目标

- (1) 学习查询域名
- (2) 申请域名并审核

## 实验项目 2：网站建设

### 1、教学内容

网站是宣传企业形象的窗口，是产品推广的主要方式之一。通过该实验使学生掌握网站建设的流程；以及在网站建设过程中要明确确定的网站中的基本内容。

### 2、教学目标

- (1) 了解企业网站建设需要考虑的因素
- (2) 模拟建立企业网站

## 实验项目 3：网络广告及网络广告服务商

### 1、教学内容

(1) 网络广告是网站或产品推广的手段之一。通过该实验使学生掌握网络广告的发布流程；网络广告的管理流程等。

(2) 网络广告服务商是广告申请的审批者。通过该实验使学生掌握网络广告的审批流程；网络广告价格的设置、网络广告的撤销等。

### 2、教学目标

- (1) 了解企业网站建设需要考虑的因素
- (2) 模拟建立企业网站

## 实验项目 4：搜索引擎和搜索引擎服务商

### 1、教学内容

(1) 搜索引擎是网站推广的重要手段之一，提高搜索引擎的排名，有利于更多的人了解该网站。通过该实验让学生全面掌握搜索引擎的核心——搜索关键字的设置和管理。

(2) 搜索引擎服务商是搜索引擎关键字申请的审批者。通过该实验了解搜索引擎服务所具备的功能，以及各个功能的使用方法。

### 2、教学目标

学生通过实验，能够了解到类似于百度等专业搜索引擎为企业提供竞价服务的模式、方法和流程，学生可以掌握搜索引擎竞价服务的机制，能够为企业产品制定合理的搜索引擎竞价方案。同时，学生能够掌握搜索引擎抓取网页的机制，结合网站建设模块，学生能够学习到推广网站、增加网站访问量的方法。

## 实验项目 5：电子商务 B2B

### 1、教学内容

电子商务 B2B 是网络营销的重要组成部分。通过该实验让学生全面掌握电子商务 B2B 的相关知识和内容，了解商铺的创建流程，产品和商业机会的发布流程。

## 2、教学目标

- (1) 学生学习利用 B2B 平台开展网络营销的方法和流程。
- (2) 学生学习建立网上商铺以及如何更好的利用 B2B 平台的优势进行宣传。

## 三、考核方式及要求

本课程为考试课，实验课程考试方法由上机操作和实验报告两大块组成；评分标准：上机操作占 70%，实验报告成绩占 30%。

## 四、主要仪器设备及实验材料

项目编号	实验项目名称	主要仪器设备 及台（套）数	实验材料	备注
1212080130101	域名注册及域名服务商	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212080130102	网站建设	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212080130103	网络广告及网络广告服务商	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212080130104	搜索引擎和搜索引擎服务商	联网计算机及相关软件	计算机耗材	
1212080130105	电子商务 B2B	联网计算机及相关软件	计算机耗材	

## 五、教材及参考书

- 1、《网络营销 E-Marketing（第 7 版）》，中国人民大学出版社，朱迪\*斯特劳斯，2010 年 第 1 版

## 六、教改说明及其他

大纲制定人：                    杨渊

大纲审定人：

制定时间：