

春风化雨浸润，润物无声铸魂

——《市场营销管理》课程思政典型案例

商务与管理学院 倪凤琨

为更好地进行教书育人，倪凤琨老师积极贯彻课程思政的教育思想，努力将专业知识与思政教育种子同步播种，无痕融合，教育过程同频共振，同时进行商业文化熏陶、心灵养分滋养、正能量赋能，争取达到春风化雨般浸润、润物细无声的铸魂育人效果，使商业课程变得有情义、有温度、有能量、有爱心、有灵魂。下面摘取一节课的内容汇报如下。

一、案例总体情况

教学内容：课程的第一次课。主要讲市场营销的概念及从事市场营销工作应具备的基本素质。

能力目标：能够理解市场营销活动，理解市场营销工作应具备的职业素养。

知识目标：掌握市场营销的概念，市场三要素等。

思政目标：树立德法兼修、诚信经营、遵守法律法规的职业道德；培养爱岗敬业、踏实肯干和艰苦奋斗的职业精神。

二、教学设计

【导入新课】（5分钟）

1. 播放案例视频：华为芯片困境（2分钟）

2. 头脑风暴：启发大家讨论芯片市场怎么样？华为如何走出困境？什么是市场？（3分钟）

思政园地：选择这个案例可以激发学生爱国主义、民族复兴、科技创新、工匠精神。

头脑风暴：启发大家，什么是市场？市场就是买卖东西的地方吗？

大家刚开始纷纷发表议论，部分同学可能说市场就是买卖东西的地方，也有同学比较迟疑地摇头。

从而引出市场的定义。

备注：这是本课程的第一次课，不用复习提问上节课内容。

【讲授新课】（30分钟）

一、市场的含义及其相关概念

1. 市场及其相关概念

传统意义上把市场看作是买卖东西的场所。不过，这个概念已经过时了。从营销角度讲：市场是由具有现实需求和潜在需求的消费者群所组成，是指某种商品的现实购买者和潜在购买者的总和。当人们提出“中国是个很大的市场”这一说法时，并不是指地理区域的大小，而是说明中国的市场需求量很大，包括现实的需求和潜在的需求。即市场是由人口、购买力和购买欲望三者的有机统一。

2. 市场构成三要素

市场=人口×购买力×购买动机（欲望）

例：德州市小汽车市场=60万人口×20%的人有购买力×50%的人有购买动机

- ①人口是基本要素，一般地人口多现实和潜在的消费需求越大。
- ②购买力水平的高低是决定市场容量的大小，如发达与不发达地区。
- ③购买动机是将购买力转化为购买行为的催化剂。

讲解市场三要素要强调三要素缺一不可，否则就不能构成市场。

3. 市场的功能

交易的功能、信息反馈的功能、调节的功能、竞争的功能。

关于市场的常见术语

①计划经济时代的市场与市场经济时代的市场

插入改革开放史案例分析，播放幻灯片：计划经济时代的粮票和供销社，市场经济的拥挤的人才交流市场大厅。

头脑风暴：启发同学们讨论，对比分析。

思政园地：在讲授课程知识的同时，顺便学习党史和新中国改革开放史，引导学生爱国爱党，坚持社会主义制度自信、道路自信。

②红海市场与蓝海市场

红海市场，指的是现有的竞争白热化的血腥、残酷的市场。因为招招见红，所以叫“红海”。跟所谓的“蓝海市场”相对的概念。红海代表现今存在的所有产业，也就是我们已知的市场空间；蓝海则代表当今还不存在的产业，这就是未知的市场空间。

头脑风暴：启发学生结合实际举例现在的红海市场和蓝海市场。

③买方市场与卖方市场

买方市场与卖方市场，前者指供大于求、商品价格有下降趋势的市场形势。这时，买方在交易上处于有利地位，有任意挑选商品的主动权。后者指供不应求、商品价格上涨趋势的市场形势。这时，买方很少有挑选商品的余地，而卖方则在交易上处于有利地位。

头脑风暴：启发学生结合实际举例现在的买方市场和卖方市场。

二、市场营销概念

1. 市场营销的定义

市场营销是指个人或组织通过创造并同他人或组织交换产品和价值以获得其所需之物的一种社会管理的过程。

三、市场营销与推销的区别

(1) 出发点不同。

推销的出发点是企业，企业有什么就卖什么。因此，工厂的生产是起点，市场销售是终点，研究的范围是有始有终的一条线。营销的出发点是顾客，顾客需要什么，就生产什么，就卖什么；需要多少就卖多少。因此，市场是工作的起点，但市场又是终点，生产只是中间环节，研究的范围是循环往复的一个圆。

(2) 目的不同。



推销和营销都要取得利益。但推销的目的是目前利益，工作上短期行为，销售上是一锤子买卖。只要今天吃饱饭，明天、后天饿肚子也在所不惜。营销的目的是长远利益，工作上长远设计，要与顾客建立长期的互利关系，不强调一次的得失，而追求长期的利益最大化。

(3) 手段不同。

推销和营销都要运用多种手段。但推销为了达到目的，可以不择手段。营销则强调多种手段的组合运用，并以有利于消费者为条件。因此，不能单凭是否运用广告手段来区分是搞推销还是搞营销。

(4) 过程不同。

市场营销是一个完整的循环往复的工作过程，而推销仅仅是市场营销链条中的一个环节。从管理的角度，市场营销管理包括三个层次：一是规划（策划），主要工作内容是通过分析现状，制定市场战略，规划未来。二是管理，其主要职责是搞好市场、人员等管理工作。三是实施，即根据营销策划方案或营销计划，将营销的各项工作落实到各相关部门和个人，根据策划方案要求和标准有条不紊地予以落实并监督检查的过程。而推销或销售仅仅是实施过程中一个部门或环节的工作。

角色扮演：

从以下两个任务中体会市场营销与推销的区别和联系。

①从各小组中选出一名同学作推销员，我为家乡代言：我的家乡最美，向同学推销自己的家乡旅游景点和美食。

②从各小组中选出一名同学做自己家乡旅游的市场营销工作，谈谈如何开展工作。



四、从事市场营销工作应具备的素质和能力

1. 市场营销人员应具备的职业道德和素养。

案例：电视剧《一代大商孟洛川》的片段，讲述一代儒商孟洛川掌管企业70年的故事，他经营绸缎、洋货、皮货、百货，“货真价实，童叟无欺”，一生多次举办慈善和公益事业，设立社仓，积谷备荒；修文庙，建尊经阁；设义学，经理书院……等，树立学生的诚信经商的职业道德大商为商方长久的理念。何为大商之道？孟洛川的高论更为具体：“大商之为商者，非以聚财富家为目的，而以经济民为己任；奉义也。必以君子爱财取之以道为准则，诚信克己，不欺不诈，此所谓，信义也。富裕后并非耽于个人享乐，而是为富尚仁，乐善好施，达则兼济天下；此所谓，行义也。”

思政园地：德法兼修、经济民，培养学生大商人格，诚信经营。

头脑风暴：网络营销过程中常见的不诚信现象有哪些？刷单、刷粉、刷数据，图片过度美化失真等。



2. 市场营销人员应具备的心理素质和坚强意志。

案例：推销之神原一平 3 年内创下了全日本第一的推销纪录，到 43 岁后连续保持 15 年全国推销冠军，连续 17 年推销额达百万美元。他有坚强的毅力和信念，为了赢得一个大客户，他曾经在 3 年 8 个月的时间里，登门拜访 70 次都扑空的情况下，最终锲而不舍获得成功。有人问他成功的秘诀，他展示了长满厚厚老茧的脚底，他说自己曾十几次被人从楼梯上踢下来，五十多次被门夹手，但从没感到过屈辱。



任务4 营销人员应具备的基本素质与技能

一、市场营销人员应具备的基本素质

- (一) 高尚的职业道德
- (二) 积极的心态和坚强的意志
- (三) 健康的心理素质和强健的体魄
- (四) 复合的人格特性



快递哥的跑车



乔致庸的营销精神



日本推销之神 原一平

思政园地：市场营销工作人员应该具备的心理素质和坚强的意志。

3. 市场营销工作人员应具备的工作精神。

案例：有销售高手做出个这么一个经典的对联，上联是“一名销售，两部手机，三餐不定，只为四季出单，拼得五脏俱损，六神无主，仍然七点起床，八点出发，晚

上九点不返，十分辛苦！”下联是“十年销售，九州跑遍，八面玲珑，忙得七窍流血，换得六神不宁，五体欠安，仍然四季奔波，三更不眠，只为两个铜板，一生拼搏！”横批是“明天会更好！”。

思政园地：市场营销工作人员应该具备的工匠精神，爱岗敬业、踏实肯干和艰苦奋斗的职业素养。

4. 市场营销工作人员应具备相关法律知识，避免触犯红线。

明确电子商务行业从业人员应遵循的法律法规，了解电子商务法、新广告法禁用词等法律法规，避免学生将来触犯红线。

案例：南京青鸾网络科技有限公司发布违法广告案，当事人在微信公众号对销售的食品进行宣传时，存在虚假宣传，并使用“最顶级”、“最地道”等广告用语，处罚款 11 万元。因发布虚假广告，永和食品（中国）股份有限公司被罚款 30 万元。茅台，拆除国酒门国酒字样。苏泊尔破壁机虚假宣传静音，被罚 248 万。

思政园地：遵守法律法规和职业道德。

5. 市场营销工作人员应具备的知识和技能。

在当今这个信息时代，市场营销人员要不断学习新的知识、营销技术和手段，要具备一定的营销学知识，也就是我们这门课的知识，这是所有营销工作的基础；还要具备网络营销的技能，比如网店运营及推广的能力，网站推广的能力，视觉营销的能力，直播营销的能力，短视频营销的能力等。

案例：山东曹县淘宝镇

第七届中国淘宝村高峰论坛发布 2009 年至 2019 年中国淘宝村研究报告《淘宝村十年：数字经济促进乡村振兴之路》。记者了解到，菏泽市共有 307 个淘宝村、47 个淘宝镇，位居全国前列；曹县成为“超大型淘宝村集群”。2019 年，山东省菏泽市共有 307 个村成为淘宝村，其中 57 个省定贫困村发展成为淘宝村，实现了整村脱贫；全市有 48 万余人通过淘宝村产业链的延伸，实现就近就业；全市因电商产业发展带动 6117 户建档立卡贫困户实现脱贫。

头脑风暴：我为什么选择这个专业？

思政园地：爱岗敬业、艰苦奋斗，自立自强，培养学生对专业学习和职业发展的信心。



三、学生反馈

同学们听过后，觉得很受教育，觉得案例生动切合实际，引人入胜，很有教育意义，这项内容很有学习的意义和价值。

同学们提高了对诚信经商的认识，认识到只有诚信经商方能长久，只有诚信经营才能获得市场。随后，大家根据自己的生活体会谈起了切身感受，认为“金杯银杯不如良好的口碑”，针对网店来说顾客好评率是影响店铺销量的重要因素，在图片营销的电商时代，修图也不能失真，有哪方面问题提前写在详情页告知是非常重要的。由此引开大家对网络营销中的不诚信行为进行了热烈讨论。

同学们认识到知识和技术虽然很重要，但更重要的是职业道德和心理素质，还要有坚强的意志。同学们深刻认识到：市场营销活动必须讲求道德、承担责任，这是现代社会对企业的要求，守信、负责、公平是现代营销最主要的也是最基本的道德要求。

四、教学反思

本节课通过案例剖析、短视频与教师讲授相结合进行教学，学生很有兴趣，起到很好的教育效果。

总体来说，《市场营销管理》课程就像一棵树，德法兼修、商业文化、诚信经营和企业家精神是课程之魂，就像树的根一样深深植入学生的心田，课程的知识点就像枝干，而富有思政特色的案例、小活动就像茂密的树叶使课程变得新鲜生动有活力，而教会学生如何运用营销理论解决实际问题，培养学生爱国爱党、诚信经营、遵纪守法、艰苦奋斗、敬业尽职、敢于担当、开拓进取的精神正是大树果实之展现。

