非营利组织营销本科课程教学大纲

编制人：曾明华

审定人：巫月娥

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月15日

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 非营利组织营销 | | |
| 英文 | Marketing for Non-Profit Organization | | |
| 课程代码 | 18201040300 | | 课程性质 | 专业必修课 |
| 课程学分 | 2 | | 课程学时 | 36 |
| 适用专业 | 市场营销、人力资源管理 | | 课程组负责人 |  |
| 课程组成员 |  | | | |
| 先修课程 | 管理学、微观经济学、宏观经济学、市场营销学、市场调研与预测 | | | |
| 选用教材 | 曾明华 非营利组织营销（第1版）.北京：经济管理出版社，2014. | | | |
| 参考书目 | 1.[美]菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒.营销管理（精要版）.6版.王永贵，等，译.北京：清华大学出版社，2017.  2.[美]加里·阿姆斯特朗，菲利普·科特勒.市场营销学（原书第13版）.赵占波，等，译.北京:机械工业出版社，2019.  3.陈晓春等著. 非营利组织经营管理. 北京:清华大学出版社，2019. | | | |
| 推荐教材 | 曾明华 非营利组织营销（第1版）.北京：经济管理出版社，2014. | | | |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握非营利组织营销发展趋势、理论基础、市场细分、市场选择、市场定位、产品策略、定价策略、分销策略和促销策略、志愿者的招募与管理、募捐管理等基本内容和方法 |
| 课程目标2 | 具备将营销基本原理和方法应用于实践的能力 |
| 课程目标3 | 具有营销创新意识和道德准则，践行社会主义核心价值观 |
| 课程目标4 | 了解非营利组织营销的前沿理论和实践，形成市场营销学科思维 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:知识获取能力 | 1.2专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、组织行为学、会计学、财务管理学、市场营销学、创业学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握非营利组织市营销的理论前沿及发展动态。 |
| 课程目标2 | 毕业要求2:知识应用能力 | 2.1 专业知识应用能力。具有国际视野，系统掌握市场营销专业基础知识。具备市场调查与预测、营销策划、销售管理等组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用市场营销学理论和方法，系统分析、解决非营利组织的营销问题。  2.3 互联网技术应用。熟练运用网络技术和数字营销工具分析解决非营利组织营销中的问题。 |
| 毕业要求5：科学研究能力 | 5.1掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究能力  5.3掌握管理、市场营销的定性和定量的研究分析方法 |
| 课程目标3 | 毕业要求3：思想道德素质 | 3.2 拥护党的领导和社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力。 |
| 毕业要求4：创新创业能力 | 4.3 具有创新意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备创新创业等实践活动能力。 |
| 课程目标4 | 毕业要求5：科学研究能力 | 5.2了解本学科的理论前沿和发展动态，具有较强的科研创新能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第一章 绪论 | 1.理解非营利组织与非营利组织营销的含义  2.了解非营利组织营销的发展趋势  3.了解非营利组织营销的研究方法、研究目的和意义 | 1.对非营利组织概念的理解  2.全面理解非营利组织营销的概念  3.非营利组织的发展趋势和基本特征 | 对非营利组织  概念的理解 |
| 2 | 第二章 理论基础与研究回顾 | 1.了解非营利组织营销的理论  2.了解国内外相关研究 | 1.市场失灵理论  2.政府失灵理论  3.第三部门理论  4.国内外相关研究综述 | 国内外相关研究  综述的更新 |
| 3 | 第三章 非营利组织营销的目标市场与市场定位 | 1.掌握非营利组织市场细分的原理和标准  2.掌握非营利组织目标市场的选择  3.掌握非营利组织市场定位的概念、步骤和战略 | 1.市场细分、目标市场选择和市场定位的相关理论  2.市场细分的原理和标准  3.目标市场战略的选择  4.市场定位的概念、方式和战略 | 非营利组织市场定位的战略的差异及其适用性 |
| 4 | 第四章 非营利组织营销的产品策略 | 1.掌握非营利组织产品的整体概念与产品分类  2.掌握产品设计理念  3.掌握服务营销体系  4.掌握新产品的推广 | 1.关于产品和产品整体概念的有关理论  2.产品设计理念  3.服务营销体系  4.新产品开发的有关理论 | 产品设计 |
| 5 | 第五章 非营利组织营销的定价策略 | 1.了解非营利组织产品或服务价格的特点  2.掌握非营利组织营销的成本管理  3.掌握非营利组织营销价格策略的设计制定 | 1.非营利组织产品或服务价格的特点  2.非营利组织营销的成本管理  3.非营利组织营销价格策略的设计制定 | 非营利组织营销价格策略的设计制定 |
| 6 | 第六章 非营利组织营销的渠道策略 | 1.了解非营利组织营销渠道的概念  2.掌握非营利组织营销渠道的类型  3.了解非营利组织营销渠道的设计 | 1.营销渠道的概念与类型  2.营销渠道的设计与管理 | 营销渠道的设计 |
| 7 | 第七章 非营利组织营销的促销策略 | 1.了解非营利组织促销的含义  2.了解非营利组织促销策略的概念  3.掌握非营利组织促销的广告设计  4.非营利组织促销的公共关系策略  5.了解非营利组织人员推销与销售促进的内涵和方式 | 1.正确理解促销的含义，了解非营利组织促销策略的概念  2.非营利组织营销人员推销的优缺点、基本形式  3.非营利组织营销广告媒体选择与广告设计原则  4.非营利组织公共关系的主要方式  5.互联网营销的主要形式 | 应用大数据开展非营利组织网络营销 |
| 8 | 第八章 非营利组织营销的人事管理——志愿者的招募与管理 | 1.认识志愿服务与志愿者  2.了解志愿服务的现状与困境  3.掌握志愿者的招募与甄选  4.掌握志愿者的管理 | 1.正确理解志愿服务与志愿者  2.志愿服务的现状与困境  3.志愿者的招募与甄选  4.志愿者的管理 | 志愿者的招募  与甄选 |
| 9 | 第九章 非营利组织营销的募捐管理 | 1.分析募捐的来源  2.了解募捐的方式  3.掌握募捐过程的监督管理 | 1.分析募捐的来源  2.募捐的方式  3.募捐过程的监督管理 | 募捐过程的  监督管理 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的**  **课程目标** |
| 1 | 第一章 绪论 | 第一节 研究背景 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第二节 非营利组织营销的发展趋势 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第三节 研究的目的与意义 | 讲授、课堂讨论、 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第四节 研究方法 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 2 | 第二章 理论基础与研究回顾 | 第一节 市场失灵理论 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第二节 政府失灵理论 | 讲授、课堂讨论、 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第三节 第三部门理论 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第四节 国内外相关研究综述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3 | 第三章 非营利组织营销的目标选择与市场定位 | 第一节 非营利组织营销的市场细分 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 非营利组织营销的目标市场选择 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标  1、2、3 |
| 第三节 非营利组织营销的市场定位 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1.5 | 课程目标1、2、3 |
| 4 | 第四章 非营利组织营销的产品策略 | 第一节 非营利组织的产品概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 产品设计理念 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第三节 服务营销体系 | 讲授 | 1.5 | 课程目标1 |
| 第四节 新产品的推广 | 讲授、案例分析 | 1.5 | 课程目标1 |
| 5 | 第五章非营利组织营销的定价策略 | 第一节 非营利组织营销产品或服务价格的特点 | 讲授 | 1.5 | 课程目标  1、2 |
| 第二节 非营利组织营销的成本管理 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1.5 | 课程目标1、2 |
| 第三节 非营利组织营销价格策略的设计制定 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 6 | 第六章 非营利组织营销的渠道策略 | 第一节 非营利组织营销渠道的概念 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 非营利组织营销渠道的类型 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1.5 | 课程目标1 |
| 第三节 非营利组织营销渠道的设计 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 7 | 第七章 非营利组织营销的促销策略 | 第一节 非营利组织促销策略的概念 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 非营利组织促销策略的广告设计 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1.5 | 课程目标1、2 |
| 第三节 非营利组织促销策略的公共关系 | 讲授、课堂讨论 | 1.5 | 课程目标1、2、4 |
| 第四节 非营利组织促销策略的人员推销 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 8 | 第八章 非营利组织营销的人事管理——志愿者的招募与管理 | 第一节 志愿服务与志愿者 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1.5 | 课程目标1、2、4 |
| 第二节 志愿服务的现状与困境 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 第三节 志愿者的招募与甄选 | 讲授 | 1.5 | 课程目标1、2、4 |
| 第四节 志愿者的管理 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 9 | 第九章 非营利组织营销的募捐管理 | 第一节 募捐来源的分析 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 物资与技术赞助 | 讲授、案例分析 | 1.5 | 课程目标1 |
| 第三节 争取他人协助的方式 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1 |
| 第四节 募捐过程的监督管理 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关市场营销学理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用市场营销学理论知识和方法解决非营利组织营销问题的能力 |
| 课程目标3 | 解决非营利组织营销问题时具有创新性思维 |
| 课程目标4 | 有关市场营销学、非营利组织营销前沿问题及相关实践的了解情况 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 15% | 考勤记录和课堂表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 15% | 教师批改的课程作业 |
| 期末考查 | 70% | 考核基本知识的掌握和运用情况 |