



# 揭阳职业技术学院

## 电子商务创业学院

### 《商品选品与策划》教案

(2025-2026 学年第一学期)

教师姓名：梁 丹

所授专业：网络营销与直播电商

授课班级：网络营销与直播电商  
(自主招生) 241

# 课程整体教学设计

## 一、课程的性质和任务

### （一）课程性质

《商品选品与策划课程》是电子商务等专业的核心实践课程，聚焦商品全生命周期管理，衔接供应链管理、消费者行为学等先修课程。其核心任务是培养学生掌握市场分析、产品定位、策划案撰写等实操能力，为从事企业营销策划或创新创业工作奠定基础。具有三个特点：一是实践性，强调课堂教学与市场结合，采用调研法、策划项目引入法、案例分析法等教学方法；二是职业性，突出课程内容的实用性、操作性、技术性，注重实际动手能力培养；三是前沿性，课程内容动态更新，紧跟行业发展趋势。

### （二）课程任务

掌握商品质量形成、评价、实现、维护及再生等规律，培养发现、分析和解决营销问题的实际工作能力，系统掌握市场营销的基本原理和方法，熟练运用SWOT模型、品类矩阵等工具进行产品定位。

## 二、教学目标与要求

### （一）教学目标

通过系统的理论学习、案例教学和动手实践，使学生能够全面而深入地理解品牌理论及基本常识，包括品牌的定义及其构成要素、品牌价值的界定及其构成、品牌定位原理、品牌个性识别、品牌形象识别、品牌传播的基本概念、品牌延伸的原理、品牌营销战略、品牌推广活动等，并能够综合运用上述品牌理论知识且有针对性有创意的运用在具体的项目策划过程中。

### （二）教学要求

学生需具备基本市场分析能力和产品知识，适合零售业从业者、采购经理及销售团队。电子商务专业学生需同步掌握商品质量鉴别与标准化流程。全程参与案例研讨、模拟实训及作业，确保理论与实践结合。完成商品鉴定、配货计划等实操任务，提升岗位适应能力。通过策划案撰写、商品分类实操等任务评估学习效果，结合课堂表现、测验及实训成果综合评分。

### 三、教学方法与手段

多媒体辅助教学，讲授法、讨论法、汇报实践

### 四、理论与实践课程内容与学时分配

根据教学计划规定的学时数为 54 学时，具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

章节	内容	理论课时	实践课时	小计
项目一	品牌认知	3	5	8
项目二	品牌定位	6	6	12
项目三	品牌形象	6	8	14
项目四	产品策划	6	4	10
项目五	品牌推广	6	4	10
合计		54		

课程	商品选品与策划	班级	网络营销与直播电商 (自主招生) 241
形式	讲练结合	学时	8
内容	项目一 品牌认知		
目标	<p>1. 知识目标：了解品牌的起源，理解品牌的定义、本质、作用、品牌与营销的关系，了解品牌构建需考虑的问题。</p> <p>2. 能力目标：能够对已有品牌的战略方向、策略与策划、落地执行策略进行简要分析。</p> <p>3. 素质目标：具有团队合作精神和协作能力，小组能协调分工完成任务；具备良好的交流沟通能力，能有效表达观点并完成成果汇报展示；具信息素养和学习能力，能够运用正确的方法和技巧掌握新知识、新技能；具独立思考和创新能力，能应用品牌认知相关知识点完成项目任务。</p> <p>4. 思政目标：具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感，树立品牌意识、</p>		

	讲好中国品牌故事、树立中国品牌形象、提高中国品牌认知度；具有社会责任感和参与意识，认识到中国的每一件商品、每一个人都是中国国家品牌的形象代言人；具有质量意识和工匠精神，以匠心铸精品，以质量树品牌，让高品质成为中国制造的“金字招牌”。
<b>重点</b>	1. 理解品牌的本质； 2. 理解品牌的作用。
<b>难点</b>	1. 能够对已有品牌的战略方向进行简要分析； 2. 能够对已有品牌的策略与策划进行简要分析； 3. 能够对已有品牌的落地执行策略进行简要分析。
<b>教具</b>	PPT、视频号等
<b>方法</b>	案例分析、自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论
<b>作业</b>	1. 文章：李克强对 2019 年中国品牌日活动作出重要批示 2. 6 个关于中国品牌日和中国国家形象宣传片的视频

## 教学实施

### Step 1. 课堂准备（30min）

第一次课，公布本门课程课堂纪律；

采用抽签的方式将班级分成 6 个学习小组并重新安排座位。

### Step 2. 课堂讲授（120min）

对整门课程做简要介绍；

对重点难点及学生的薄弱环节进行知识点补充讲解，突出课程思政。

### Step 3. 项目实训（90min）

任务 1 品牌战略方向分析 任务描述：学生小组选择一个产品品牌作为研究对象，从品牌构建应考虑的问题着手，搜集整理选定品牌的相关资料，对该品牌的战略方向进行分析。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 2 品牌策略与策划分析 任务描述：学生小组针对任务一的研究对象，继续查阅资料，对该品牌的策略与策划进行分析。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 3 品牌落地执行策略分析任务描述：学生小组继续查阅品牌资料，对该品牌的落地执行策略进行收集 和分析。请将研究成果做成展示 PPT。

#### **Step 4. 展示评价（90min）**

组织学生小组成员 2 人以上共同完成实操项目成果的展示陈述，每组陈述时间控制在 5 分钟左右；

学生汇报完毕后，教师进行点评；

教师与学生依据评分标准给每个小组的成果作品与展示陈述评价打分； 满分 100 分，作品文案 80 分，展示陈述 20 分。

#### **Step 5. 复盘反思（30min）**

总结本次课重点难点，突出课程思政内容。

组织学生总结本次课的收获：

(1)知识盘点：通过品牌认知项目的学习，你掌握了哪些品牌知识？请画出思维导图。

(2)方法反思：在完成本项目学习和实训的过程中，你学会了哪些分析和解决问题的方法？

(3)行动影响：在完成本项目学习和实训的过程中，你认为自己还有哪些地方需要改进？

#### **Step 6 课后扩展任务**

1. 文章：李克强对 2019 年中国品牌日活动作出重要批示

2. 视频：中国品牌日

3. 视频：中国国家形象宣传片

4. 视频：中国国家形象宣传片角度篇

5. 视频：中国国家形象宣传片人物篇亮相纽约时代广场！你能认出几个？

6. 视频：2019 年国庆 70 周年国家形象宣传片《美丽中国》

课程	商品选品与策划	班级	网络营销与直播电商 (自主招生) 241
形式	讲练结合	学时	12
内容	项目二 品牌定位		
目标	<p><b>1. 知识目标:</b> 1.掌握品牌现状分析的方法 2.掌握品牌定位的方法 3.掌握品牌人格化的方法 4.掌握品牌命名的技巧 5.掌握品牌广告语创作的技巧 6.掌握品牌故事的写作技巧</p> <p><b>2. 能力目标:</b> 1.能够分析品牌的目前形象与现状 2.能够使用品牌定位工具进行品牌定位 3.能够使用品牌命名的技巧为品牌命名 4.能够使用品牌人格化工具进行品牌人格化设计 5.能够进行品牌广告语的创作 6.能够进行品牌故事的撰写</p> <p><b>3. 素质目标:</b> 1.具有团队合作精神和协作能力,小组能够协调分工完成任务 2.具备良好的交流沟通能力,能够有效表达观点并完成成果汇报展示 3.具有信息素养和学习能力,能够运用正确的方法和技巧掌握新知识、新技能 4.具有独立思考和创新的能力,能够针对新项目的特点应用品牌定位知识点完成项目任务</p> <p><b>4. 思政目标:</b> 1.具有良好的道德准则和正确的价值观,品牌如人,人如品牌,有“德”有“品”,方能立足 2.崇尚宪法、遵法守纪,在品牌命名、广告语及品牌故事的设计符合相应的法律法规</p>		
重点	1.掌握品牌现状分析的方法; 2.掌握品牌定位的方法; 3.掌握品牌广告语创作的技巧; 4.掌握品牌故事的写作技巧		
难点	1.能够分析品牌的目前形象与现状; 2.能够使用品牌定位工具进行品牌定位; 3.能够进行品牌广告语的创作; 4.能够进行品牌故事的撰写		
教具	PPT、视频号等		
方法	案例分析、自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论		
作业	1. 3 篇文章 2. 2 个蓝章案例		

## 教学实施

### Step 1. 课堂讲授（30min）

对重点难点及学生的薄弱环节进行知识点补充讲解，突出课程思政。

### Step 2. 项目实训（390min）

#### 1. 他山之石：蓝章策划——秦老太的品牌定位

学习借鉴该案例中蓝章策划对企业进行品牌定位的思考方式，运用课前自学的知识、工具和方法，小组分工合作完成下列实训任务。

#### 2. 实训一 品牌现状分析

任务 1 行业发展趋势研究任务描述：学生以小组为单位，选择一个行业，创建一个品牌（或者使用老师指定的某个品牌），对这个行业进行发展趋势研究。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 2 消费者需求与消费者行为研究 任务描述：找到该品牌的目标用户，完成用户画像、消费需求探测及消费行为研究。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 3 竞争格局分析与竞争策略制定 任务描述：找到该品牌的竞争对手，完成竞争对手的品牌知名度、渠道布设、产品特点研究，结合企业自身情况，明确自己的竞争地位。请将研究成果做成展示 PPT。

#### 3. 实训二 品牌定位

任务 1 找到“三轴交叉点” 任务描述：使用“三轴定位法”，根据品牌现状分析，总结品牌的消费需求、自身特质和竞争环境，找到“三轴交叉点”。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 2 品牌定位 任务描述：提炼品牌核心价值，进行品牌定位，要求品牌定位的结果能够非常明确地表达“品类归属”和“消费价值”。请将研究成果做成展示 PPT。

#### 4. 实训三 品牌人格化与命名

任务 1 品牌人格化任务描述：从消费者的消费需求出发，思考品牌与消费者的关系：品牌像是消费者的什么人？然后从《品牌个性五维度量体系》中的 5 大维度、18 个层面、51 种人格中，选出符合品牌定位的品牌性格。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 2 品牌命名任务描述：运用品牌命名的技巧，给品牌命名并简述理由。要

求品牌命名要符合国家法律法规，不能侵权，要能够在中国商标局查询注册。如果是自创企业，请同时为企业命名。请将研究成果做成展示 PPT。

#### 5. 实训四 品牌广告语与品牌故事创作

任务 1 品牌广告语创作 任务描述：运用品牌广告语创作的技巧进行品牌广告语创作，并简述广告语 创作思路。请将研究成果做成展示 PPT。

任务 2 品牌故事写作任务描述：运用品牌故事的写作技巧撰写品牌故事，并简述品牌故事的创作 思路。请将研究成果做成展示 PPT。

##### Step 3. 展示评价（90min）

组织学生小组成员 2 人以上共同完成实操项目成果的展示陈述，每组陈述时间控制在 10-15 分钟左右；

学生汇报完毕后，教师进行点评；

教师与学生依据评分标准给每个小组的成果作品与展示陈述评价打分；满分 100 分，作品文案 80 分，展示陈述 20 分。

##### Step 4. 复盘反思（30min）

总结本次课重点难点，突出课程思政内容。

组织学生总结本次课的收获：

**知识盘点：**通过品牌定位项目的学习，你掌握了哪些品牌知识？请画出思维导图。

**方法反思：**在完成本项目学习和实训的过程中，你学会了哪些分析和解决问题的方法？

**行动影响：**在完成本项目学习和实训的过程中，你认为自己还有哪些地方需要改进？

##### Step 5 课后扩展任务：

1. 文章：2019 年度世界品牌 500 强出炉，中国 40 个品牌入围
2. 文章：占据了品类核心属性，定位就靠谱了
3. 文章：去广告时代，如何讲好品牌故事
4. 蓝章案例：宜和宜美互联网家居的品牌定位策划
5. 蓝章案例：和美说高端美发的品牌定位策划《品牌策划与推广》

课程	商品选品与策划	班级	网络营销与直播电商 (自主招生) 241
形式	讲练结合	学时	14
内容	项目三 品牌形象		
目标	<p><b>1. 知识目标:</b> 掌握品牌 Logo 图形、字体、色彩设计的技巧; 掌握品牌 IP 构建的方法; 掌握品牌广告片设计的要点; 掌握品牌终端形象建设的要点; 掌握品牌感官设计的理念</p> <p><b>2. 能力目标:</b> 能够提出品牌 Logo 图形、字体、色彩设计的想法; 能够提出品牌 IP 构建的建议; 能够写出广告片设计脚本; 能够提出品牌终端形象建设的建议; 能够对品牌感官设计提出建议</p> <p><b>3. 素质目标:</b> 具有团队合作精神和协作能力, 小组能够协调分工完成任务; 具备良好的交流沟通能力, 能够有效表达观点并完成成果汇报展示; 具有信息素养和学习能力, 能够运用正确的方法和技巧掌握新知识、新技能; 具有独立思考和创新能力, 能针对新项目的特点应用品牌形象设计知识点完成项目任务</p> <p><b>4. 思政目标:</b> 具有高尚的人格素养, 品牌形象是“表”, 品牌定位是“里”, 表里如一, 做人之本; 具备健康的审美情趣和良好的审美素养, 设计品牌形象时有驾驭美、表达美的能力</p>		
重点	1.掌握品牌 Logo 设计的技巧; 2.掌握品牌 IP 构建的方法; 3.掌握品牌广告片设计的要点		
难点	1.能够合理设计品牌 Logo ; 2.能够合理构建品牌 IP; 3.能够写出广告片设计脚本		
教具	PPT、视频号等		
方法	案例分析、自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论		
作业	<p>1. 6 篇文章</p> <p>2. 2 个视频</p> <p>3. 2 个蓝章案例</p>		

## 教学实施

### Step 1 课堂讲授 (30min)

对重点难点及学生的薄弱环节进行知识点补充讲解，突出课程思政。

### Step 2. 项目实训 (285min)

#### 1. 他山之石：蓝章策划——秦老太的品牌形象设计

学习借鉴该案例中蓝章策划对企业进行品牌形象设计的思考方式，运用课前自学的知识、工具和方法，小组分工合作完成下列实训任务。

##### 实训一 品牌 Logo 设计

###### 任务 1 品牌 Logo 图形/字体设计

任务描述：学生以小组为单位，沿用本小组在项目二创建的品牌（或者使用老师指定的某个品牌），首先，讨论选择该品牌 Logo 想要采用的形式，然后根据选定的 Logo 形式，进行该品牌 Logo 的图形或者字体设计，并陈述创意思路。请将研究成果做成展示 PPT。

###### 任务 2 品牌 Logo 色彩设定

任务描述：根据品牌定位和品牌特质，考虑目标消费者喜好，对品牌 Logo 进行色彩设定，并陈述创意思路。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 实训二 品牌 IP 形象设计

###### 任务 1 选择品牌 IP 形象

任务描述：根据品牌定位和品牌人格化的结果，小组讨论选择最适合该品牌的 IP 形象的形式，并陈述思路。请将研究成果做成展示 PPT。

###### 任务 2 品牌 IP 形象设计

任务描述：根据任务一选择的结果，进行品牌 IP 形象设计并陈述理由。请将研究成果做成展示 PPT。

#### 4. 实训三 品牌广告片设计

##### 任务 1 品牌形象广告片脚本设计

任务描述：为品牌设计一则品牌形象广告片，写出广告片脚本，要求符合品牌形象广告片内容的要求，有条件的小组可以录制成品。请将研究成果做成展示 PPT。

## 任务 2 短视频脚本设计

任务描述：为品牌设计一则 15 秒以内的短视频，写出短视频脚本，要求符合 短视频内容的要求，有条件的小组可以录制成成品。请将研究成果做成展示 PPT。

## 5. 实训四 品牌终端形象设计

### 任务 1 品牌线上形象设计

任务描述：对品牌的官方网站、线上网店、线上公共传播平台等线上终端提出形象建设建议并陈述理由。请将研究成果做成展示 PPT。

### 任务 2 品牌线下形象设计

任务描述：对品牌线下终端的橱窗、装修、动线、光线、陈列和人文关怀等提出形象建设建议并陈述理由。请将研究成果做成展示 PPT。

## 6. 实训五 品牌五感设计

### 任务 1 品牌感官选择

任务描述：根据品牌的产品特点，对品牌可以尝试调动的感官提出选择建议 并陈述理由。请将研究成果做成展示 PPT。

### 任务 2 品牌五感设计

任务描述：对任务 1 选择调用的品牌感官进行设计，详细描述每种感官的具 体表现形式。请将研究成果做成展示 PPT。

### Step 3. 展示评价（285min）

组织学生小组成员 2 人以上共同完成实操项目成果的展示陈述，每组陈 述时间控制在 10-15 分钟左右；

学生汇报完毕后，教师进行点评；

教师与学生依据评分标准给每个小组的成果作品与展示陈述评价打分； 满分 100 分，作品文案 80 分，展示陈述 20 分。

### Step 4. 复盘反思（30min）

总结本次课重点难点，突出课程思政内容。

组织学生总结本次课的收获：

1. **知识盘点**：通过品牌形象设计项目的学习，你掌握了哪些品牌知识？请画 出思维导图。
2. **方法反思**：在完成本项目学习和实训的过程中，你学会了哪些分析和解决问

题的方法？

3. **行动影响：**在完成本项目学习和实训的过程中，你认为自己还有哪些地方需要改进？

### Step 5 课后扩展任务

1. 文章：世界十大奢侈品牌标志 LOGO 欣赏
2. 文章：全球知名服装品牌 logo 大全—整理版
3. 文章：IP 营销，品牌企业如何招其“魂”
4. 文章：“雷军”或问鼎首富，看完他的履历被实力圈粉
5. 文章：如何写出有味道的文案？
6. 视频：宜家家居 ASMR 广告片
7. 文章：品牌如何借“颜色”表达个性？
8. 视频：品牌如何借“颜色”表达个性？
9. 蓝章案例：东方妈妈产后复元中心品牌形象策划
10. 蓝章案例：赶筷快餐餐厅品牌形象策划

课程	商品选品与策划	班级	网络营销与直播电商 (自主招生) 241
形式	讲练结合	学时	10
内容	项目四 产品策划		
目标	<p>1. <b>知识目标:</b> 了解产品架构模式和产品开发流程; 掌握新产品开发策划的方法; 掌握产品形象设计的方法</p> <p>2. <b>能力目标:</b> 能够进行产品架构模式制定; 能够进行自身产品特质梳理、产品定位、产品命名、广告语设计和买点提炼; 能够进行产品 Logo、包装、照片、宣传册、推送页和广告片设计</p> <p>3. <b>素质目标:</b> 具有团队合作精神和协作能力, 小组能够协调分工完成任务; 具备良好的交流沟通能力, 能够有效表达观点并完成成果汇报展示; 具有信息素养和学习能力, 能够运用正确的方法和技巧掌握新知识、新技能; 具有独立思考和创新能力, 能针对新项目的特点应用产品策划知识点完成项目任务</p> <p>4. <b>思政目标:</b> 崇尚宪法、遵法守纪, 产品开发及产品形象设计符合相应的法律法规; 具备健康的审美情趣和良好的审美素养, 设计产品形象时有驾驭美、表达美的能力</p>		
重点	<p>1. 掌握新产品开发策划的方法</p> <p>2. 掌握产品形象设计的方法</p>		
难点	<p>1. 能够进行自身产品特质梳理、产品定位、产品命名、广告语设计和买点提炼</p> <p>2. 能够进行产品 Logo、包装、照片、宣传册、推送页和广告片设计</p>		
教具	PPT、视频号等		
方法	案例分析、自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论		
作业	<p>1. 2 篇文章</p> <p>2. 5 个视频</p> <p>3. 2 个蓝章案例</p>		

## 教学实施

### Step 1. 课堂讲授（30min）

对重点难点及学生的薄弱环节进行知识点补充讲解，突出课程思政。

### Step 2. 项目实训（195min）

#### 1. 他山之石：蓝章策划——宏济堂阿胶雪梨膏产品策划

学习借鉴该案例中蓝章策划对企业进行产品策划的思考方式，运用课前自学的知识、工具和方法，小组分工合作完成下列实训任务。

#### 2. 实训一 产品现状分析

##### 任务 1 外部环境分析

任务描述：学生以小组为单位，沿用本小组在项目二创建的品牌（或者使用老师指定的某个品牌），运用项目二的方法，对这个产品的行业发展趋势、消费者需求与消费者行为以及竞争格局和竞争策略进行分析。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 2 产品架构模式制定

任务描述：选择并设计产品的架构模式。请将研究成果做成展示 PPT。

#### 3. 实训二 产品开发策划

##### 任务 1 自身产品特质梳理

任务描述：在任务一的基础上，对自身产品的外观、功能、结构等内化属性进行进一步梳理分析。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 2 产品定位

任务描述：在产品现状分析的基础上，使用项目二学过的“三轴定位法”，进行产品定位。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 3 产品定价

任务描述：综合使用成本导向定价法、竞争导向定价法、品类比对定价法（如果产品是新品类）、产品矩阵综合定价（如果是矩阵式产品架构模式）等定价方法，对产品进行定价。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 4 产品命名

任务描述：运用产品命名的技巧，给产品命名并简述理由。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 5 产品广告语创作**

任务描述：运用产品广告语创作的原理和方法进行产品广告语创作，并简述广告语创作思路。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 6 产品竞争优势与客户买点提炼**

任务描述：分别运用 UPS 理论和 FABE 推销法，对产品竞争优势和客户买点进行提炼。请将研究成果做成展示 PPT。

## **4. 实训三 产品形象设计**

### **任务 1 产品 Logo 设计**

任务描述：运用产品 Logo 设计的技巧，对产品 Logo 进行设计，并陈述创意思路。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 2 产品包装设计**

任务描述：运用产品包装设计的技巧，对产品包装进行设计，并陈述创意思路。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 3 产品图片设计**

任务描述：使用标准呈现、特质表达和调性表达三种方式对产品图片进行拍摄和制作。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 4 产品宣传册设计**

任务描述：运用产品宣传册设计的方法，先思考宣传册的内容，再进行宣传册布局，最后使用 Word 等工具，制作一份产品宣传册。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 5 产品 H5 页面设计**

任务描述：选择一种 H5 页面制作工具（或者使用老师指定的工具），运用产品 H5 页面设计的方法，进行标题、文案、排版等设计与制作。请将研究成果做成展示 PPT。

### **任务 6 产品视频设计**

任务描述：为品牌设计一则 30 秒以内的产品广告片，写出广告片脚本，要求符合产品广告片内容的要求，有条件的小组可以录制成品。请将研究成果做成展示 PPT。

## **Step 3. 展示评价（195min）**

1. 组织学生小组成员 2 人以上共同完成实操项目成果的展示陈述，每组陈述时间控制在 10-15 分钟左右；
2. 学生汇报完毕后，教师进行点评；
3. 教师与学生依据评分标准给每个小组的成果作品与展示陈述评价打分；满分 100 分，作品文案 80 分，展示陈述 20 分。

#### **Step 4. 复盘反思 (30min)**

1. 总结本次课重点难点，突出课程思政内容。
2. 组织学生总结本次课的收获

**知识盘点：**通过产品规划项目的学习，你掌握了哪些知识？请画出思维导图。

**方法反思：**在完成本项目学习和实训的过程中，你学会了哪些分析和解决问题的方法？

**行动影响：**在完成本项目学习和实训的过程中，你认为自己还有哪些地方需要改进？

#### **Step 5 课后扩展任务**

1. 视频：雀巢生活感悟创意广告
2. 视频：雷人洗脑广告竟是这样诞生的
3. 视频：【那些广告那些泡面】经典泡面广告，你想吃泡面了吗
4. 视频：故宫文创口红
5. 视频：Prada 奢侈品创意广告《你一生中需要的最后一个袋子》
6. 文章：让人惊艳的包装设计
7. 文章：如何写文案？学一学文案鬼才张文宏
8. 蓝章案例：秦老太“早安你好”澳洲燕麦片产品策划
9. 蓝章案例：康尼宝堡产品策划

课程	商品选品与策划	班级	网络营销与直播电商 (自主招生) 241
形式	讲练结合	学时	10
内容	项目五 品牌推广		
目标	<p>1. <b>知识目标:</b> 了解品牌推广的作用; 掌握渠道设计的原则; 掌握整合营销传播的方法; 掌握品牌危机公关的原则</p> <p>2. <b>能力目标:</b> 能够据产品和企业资源进行渠道设计; 能够撰写整合营销活动策划方案; 能够对企业的品牌危机公关提出建议</p> <p>3. <b>素质目标:</b> 具有团队合作精神和协作能力, 小组能够协调分工完成任务; 具备良好的交流沟通能力, 能够有效表达观点并完成成果汇报展示; 具有信息素养和学习能力, 能够运用正确的方法和技巧掌握新知识、新技能; 具有独立思考 and 创新能力, 能针对新项目的特点应用品牌推广知识 点完成项目任务</p> <p>4. <b>思政目标:</b> 崇尚宪法、遵法守纪, 整合营销传播活动的策划符合相应的法律法规; 崇德向善、诚实守信、具有社会责任感, 在处理品牌公关危机的时候能够真诚坦率地面对媒体和公众, 主动承担责任</p>		
重点	<p>1.掌握渠道设计的原则</p> <p>2.掌握整合营销传播的方法</p> <p>3.掌握品牌危机公关的原则</p>		
难点	<p>1. 能够撰写整合营销活动策划方案</p> <p>2. 能够对企业的品牌危机公关提出建议</p>		
教具	PPT、视频号等		
方法	案例分析、自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论		
作业	<p>1. 9 篇文章</p> <p>2. 3 个视频</p> <p>3. 1 个蓝章案例</p>		

## 教学实施

### Step 1. 课堂讲授（30min）

对重点难点及学生的薄弱环节进行知识点补充讲解，突出课程思政。

### Step 2. 项目实训（195min）

#### 1. 他山之石：蓝章策划——帝标沙发的整合传播

学习借鉴该案例中蓝章策划对企业进行品牌推广设计的思考方式，运用课前自学的知识、工具和方法，小组分工合作完成下列实训任务。

#### 2. 实训一 营销渠道设计

##### 任务 1 设计渠道结构

任务描述：学生以小组为单位，沿用本小组在项目二创建的品牌（或者使用老师指定的某个品牌），针对产品的特点和目标受众的购买习惯，根据渠道设计的原则，对其营销渠道的结构进行设计，画出营销渠道结构图并说明原因。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 2 渠道策略制订

任务描述：根据安索夫模型，分析品牌目前的产品状态和市场状态，制订适合的营销策略和渠道策略。请将研究成果做成展示 PPT。

#### 3. 实训二 整合营销传播策划

##### 任务 1 整合营销传播媒介选择

任务描述：根据品牌及其产品的目标受众，使用整合营销传播的媒体知识和传播宗旨，选择恰当的媒介并陈述理由。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 2 整合营销活动策划

任务描述：为品牌设计一份完整的整合营销活动策划方案。请将研究成果做成 word 文档或者 PPT，word 文档要求有封面、目录、页码。

#### 4. 实训三 品牌危机公关策划

##### 任务 1 辨识公关危机事件

任务描述：各小组认真阅读、倾听其他小组设计的整合营销活动方案，采取小组配对方式（或其他交叉方式），在其整合营销活动范畴内，互相提出一个可能发生的不良事件，形成品牌公关危机。请将研究成果做成展示 PPT。

##### 任务 2 解决品牌公关危机

**任务描述：**针对自己接收到的品牌公关危机事件，根据品牌危机公关的原则，设计处理该品牌公关危机的方式和步骤。请将研究成果做成展示 PPT。

### **Step 3. 展示评价（195min）**

1. 组织学生小组成员 2 人以上共同完成实操项目成果的展示陈述，每组陈述时间控制在 10-15 分钟左右；
2. 学生汇报完毕后，教师进行点评；
3. 教师与学生依据评分标准给每个小组的成果作品与展示陈述评价打分；满分 100 分，作品文案 80 分，展示陈述 20 分。

### **Step 4. 复盘反思（30min）**

1. 总结本次课重点难点，突出课程思政内容。
2. 组织学生总结本次课的收获：

**知识盘点：**通过品牌推广项目的学习，你掌握了哪些品牌知识？请画出思维导图。

**方法反思：**在完成本项目学习和实训的过程中，你学会了哪些分析和解决问题的方法？

**行动影响：**在完成本项目学习和实训的过程中，你认为自己还有哪些地方需要改进？

### **Step 5. 课后扩展任务**

1. 文章：网红品牌到底是怎么死的？
2. 文章：为什么江小白的营销做的如此成功？
3. 文章：网易云音乐是如何成功的？其营销策略是什么？
4. 文章：疫情过后，新品、小众品牌如何破局
5. 文章：被小学生刷一星后，钉钉概念股反而大涨？
6. 文章：瑞幸造假，会给中国品牌造成什么影响？
7. 视频：央视主持人现身直播带货，全程高能，李佳奇的话术就显得很苍白了
8. 文章：碎片化时代，品牌如何借“热点”构建营销力
9. 视频：宝马致敬奔驰
10. 文章：节日营销，一场绑架品牌的“战役”
11. 视频：李佳琦的七个小时：坚持直播是为了粉丝

12. 蓝章策划：宏济堂阿胶雪梨膏的渠道定义
13. 文章：海底捞的品牌公关危机处理