



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 1 学期)

教师姓名：袁尔漫

所授专业：网络营销与直播电商

授课班级：直播（自主）242 班

课程整体教学设计

一、课程的性质和任务

课程以创新思维为导向，以品牌创建与发展过程中的工作流程为主线，采用不同类型企业品牌策划与推广的真实项目为教学载体，让学生能够正确认知品牌内涵、熟悉商业模式、掌握品牌定位、品牌设计与产品规划的方法、做好品牌推广的整合营销传播方案设计，最终获得品牌策划与推广的职业能力。同时，培养学生形成良好的团队合作和语言表达沟通能力，并引导学生在系统性思维的基础上，形成一定的发散思维、逆向思维以及创新思维能力，提高学生职业综合技能。

二、教学目标与要求

1. 知识目标

- (1) 了解品牌的含义、本质和作用。
- (2) 掌握品牌定位的方法。
- (3) 掌握品牌形象设计的方法。
- (4) 掌握产品策划的方法。
- (5) 掌握品牌推广的方法。

2. 能力目标

- (1) 能分析品牌的目前形象与现状。
- (2) 能进行品牌定位、品牌命名和品牌人格化。
- (3) 能进行品牌广告语、品牌故事和品牌广告片脚本创作。
- (4) 能对品牌 LOGO、品牌 IP 和品牌终端形象设计提出建议。
- (5) 能进行产品架构模式制定。
- (6) 能进行产品定位、产品命名、广告语设计和卖点提炼。
- (7) 能进行产品 Logo、包装、照片、宣传册、推送页和广告片设计。
- (8) 能进行品牌整合营销传播方案设计。

3. 课程思政教育目标

- (1) 具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
- (2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
- (3) 具有质量意识、绿色环保意识、安全意识。

- (4) 具有信息素养、工匠精神和创新精神。
- (5) 有较强的集体意识和团队合作精神。
- (6) 具有良好的语言表达和交流沟通能力。
- (7) 具有自我管理能力、职业生涯规划的意识 and 终身学习的意识。

三、教学方法与手段

1. 自主学习：教师在课前布置自学内容，学生针对教材、线上学习平台中的知识点、学习资源等内容开展课前学习。
2. 课堂讲授：针对学生课前自学情况，对教学内容的重点难点进行讲授和强调，直接、快速、精准地让学生掌握重难点，为本课程项目实践打好理论基础。
2. 案例教学：针对教学重点难点，在教师指导下，学生对选定的具有代表性的典型品牌案例进行有针对性地分析、审视和讨论，做出自己的判断和评价。
3. 分组讨论：通过分组讨论让所有学生全部参与到明确的集体任务中，达到合作学习的目的。分组讨论过程中小组成员之间相互依赖、相互沟通、相互合作，共同负责，同时培养学生良好的表达沟通能力和团队合作能力。
4. 项目教学：在课中实操环节，通过校企合作，以企业真实品牌策划与推广项目为载体，在项目任务驱动下，学生将理论知识主动应用到实践中，找出完成项目的路径和方法，最后通过项目的完成实现课程知识点和技能点的掌握，促进学生自主学习，培养学生动手动脑能力。

四、理论与实践课程内容与学时分配

课程内容和学时分配表

| | 内容 | 课时 | 小计 |
|-------------|---|----|----|
| 项目一 品牌认知 | 品牌起源、品牌定义、品牌的本质、品牌的作用、品牌的构建 | 6 | 6 |
| 项目二 品牌定位 | 品牌现状分析、品牌定位、品牌人格化、品牌命名、品牌广告语创作、品牌故事写作 | 12 | 12 |
| 项目三 品牌形象 | 品牌 logo 设计、品牌 IP 形象设计、品牌广告片设计、品牌终端形象设计、品牌感官设计 | 15 | 15 |
| 项目四 产品策划 | 产品架构规划、产品开发策划、产品形象设计 | 12 | 12 |
| 项目五 品牌推广 | 品牌推广的作用、营销渠道的设计、整合营销传播、品牌危机公关 | 9 | 9 |
| 合计 | | 54 | 54 |

| 项目一 品牌认知 | | | |
|----------|---|--|--------|
| 授课学时 | 6 | 授课方式 | 教学做一体化 |
| 教学目标 | 知识目标 | 1.了解品牌的起源。 2.理解品牌的定义。 3.理解品牌的本质。 4.理解品牌的作用。 5.了解品牌构建需考虑的问题。 | |
| | 能力目标 | 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。 | |
| | 思政目标 | 1.具有团队精神和协作能力，小组能够协调合作完成任务。 2.具备良好的沟通交流和理解能力，能够有效表达观点并完成成果汇报展示。 3.具有良好的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能力，能够掌握相关知识点并完成项目任务。 5.具有深厚的爱国情感和民族自豪感，树立品牌意识、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。 6.具有社会责任感和社会参与意识，认识到每一个中国人都是国家品牌的形象代言人。 7.具有质量意识和工匠精神，品牌是质量、服务与信誉的重要象征，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”。 | |
| 重点难点 | 重点 | 1.理解品牌的本质 2.理解品牌的作用 | |
| | 难点 | 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 | |
| 教学方法 | 自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论 | | |
| 教学实施 | 教学活动 | | |
| | 课前： 1.上传课前自学教学资源（教案、课件、视频、微课、动画、案例、自测题等）至网络教学平台； 2.发布课前任务； 3.在线答疑并查看学生学习进度与自测情况，根据学情调整教学策略。 课中： | | |

1.课堂准备

- (1) 第一次课，公布本门课程课堂纪律；
- (2) 采用抽签的方式将班级分成 10 个学习小组并重新安排座位。

2.课堂讲授

- (1) 对整门课程做简要介绍；
- (2) 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。

3.项目实训

- (1) 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。

- (2) 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。

- (3) 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。

4.展示评价

- (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 5 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。

5.复盘反思

- (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：

- 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？

课后：

发布课后扩展任务：

- 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》

| 项目二 品牌定位 | | | |
|----------|---|--|--------|
| 授课学时 | 12 | 授课方式 | 教学做一体化 |
| 教学目标 | 知识目标 | 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。 | |
| | 能力目标 | 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。 | |
| | 思政目标 | 1.具有团队精神和协作能力，小组能够协调合作完成任务。 2.具有良好的沟通交流和理解能力，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。 5.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。 6.崇尚宪法、遵纪守法，品牌命名、广告语及品牌故事的设计应符合相应的法律法规。 | |
| 重点难点 | 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 | |
| 教学方法 | 自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论、项目教学 | | |
| 教学实施 | 教学活动 | | |
| | 课前： 1.上传课前自学教学资源（教案、课件、视频、微课、动画、案例、自测题等）至网络教学平台； 2.发布课前任务； 3.在线答疑并查看学生学习进度与自测情况，根据学情调整教学策略。 课中： | | |

1.课堂讲授

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。

2.项目实训

(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 1 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。

3.展示评价（3.5 小节）

(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。

4.复盘反思

(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：

①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。

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？

课后：

发布课后扩展学习任务：

1.案例一：蓝章策划——鹿丫丫的品牌定位策划

2.案例二：蓝章策划——约读书房的品牌定位策划

3.案例三：蓝章策划——知袜郎的品牌定位策划

| 项目三 品牌形象 | | | |
|----------|--|---|--------|
| 授课学时 | 15 | 授课方式 | 教学做一体化 |
| 教学目标 | 知识目标 | 1.掌握品牌 Logo 图形、字体、色彩设计的技巧。 2.掌握品牌 IP 构建的方法。 3.掌握品牌广告片设计的要点。 4.掌握品牌终端形象建设的要点。 5.掌握品牌感官设计的理念。 | |
| | 能力目标 | 1.能够提出品牌 Logo 图形、字体、色彩设计的想法。 2.能够提出品牌 IP 构建的建议。 3.能够写出广告片设计脚本。 4.能够提出品牌终端形象建设的建议。 5.能够对品牌感官设计提出建议。 | |
| | 思政目标 | 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能能力，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。 5.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。 6.具备健康的审美情趣和良好的审美素养，设计品牌形象时具有表达美的能力。 | |
| 重点难点 | 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 | |
| 教学方法 | 自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论 | | |
| 教学实施 | 教学活动 | | |
| | 课前： 1.上传课前自学教学资源（教案、课件、视频、微课、动画、案例、自测题等）至网络教学平台； 2.发布课前任务； 3.在线答疑并查看学生学习进度与自测情况，根据学情调整教学策略。 课中： 1.课堂讲授 | | |

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。

2.项目实训

(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。

(2) 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。

(3) 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。

3.展示评价

(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。

4.复盘反思

(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：

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？

课后：

发布课后扩展学习任务：

1.案例一 蓝章策划——鹿丫丫的品牌形象设计

2.案例二 蓝章策划——约读书房的品牌形象设计

3.案例三 蓝章策划——知袜郎的品牌形象设计

| 项目四 产品策划 | | | |
|----------|--|---|--------|
| 授课学时 | 12 | 授课方式 | 教学做一体化 |
| 教学目标 | 知识目标 | 1.了解产品架构模式和产品开发流程。 2.掌握新产品开发策划的方法。 3.掌握产品形象设计的方法。 | |
| | 能力目标 | 1.能够进行产品架构模式制定。 2.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。 3.能够进行产品 Logo、包装、照片、宣传册、推送页和广告片设计。 | |
| | 思政目标 | 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，能针对新项目的特点应用产品策划知识点完成项目任务。 5.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。 6.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。 | |
| 重点难点 | 重点 | 1.掌握新产品开发策划的方法 2.掌握产品形象设计的方法 | |
| | 难点 | 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 2.能够进行产品 Logo、包装、照片、宣传册、推送页和广告片设计 | |
| 教学方法 | 自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论 | | |
| 教学实施 | 教学活动 | | |
| | <p>课前：</p> <p>1.上传课前自学教学资源（教案、课件、视频、微课、动画、案例、自测题等）至网络教学平台；</p> <p>2.发布课前任务；</p> <p>3.在线答疑并查看学生学习进度与自测情况，根据学情调整教学策略。</p> <p>课中：</p> <p>1.课堂讲授</p> <p>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。</p> <p>2.项目实训</p> <p>（1）他山之石：蓝章策划——秦老太产品策划</p> <p>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。</p> <p>（2）实训一 产品现状分析</p> <p>任务 1 外部环境分析</p> <p>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。</p> <p>任务 2 产品架构模式制定</p> | | |

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成品。请将研究成果做成展示 PPT。

3.展示评价

（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。

4.复盘反思

(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：

①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。

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？

课后：

发布课后扩展学习任务：

1.案例一 蓝章策划——鹿丫丫的产品策划

2.案例二 蓝章策划——宏济堂阿胶雪梨膏的产品策划

3.案例三 蓝章策划——知袜郎的卖点体系提炼

| 项目五 品牌推广 | | | |
|----------|---|---|--------|
| 授课学时 | 9 | 授课方式 | 教学做一体化 |
| 教学目标 | 知识目标 | 1.了解品牌推广的作用。 2.掌握渠道设计的原则。 3.掌握整合营销传播的方法。 4.掌握品牌危机公关的原则。 | |
| | 能力目标 | 1.能够据产品和企业资源进行渠道设计。 2.能够撰写整合营销活动策划方案。 3.能够对企业的品牌危机公关提出建议。 | |
| | 思政目标 | 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。 5.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。 6.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。 | |
| 重点难点 | 重点 | 1.掌握渠道设计的原则 2.掌握整合营销传播的方法 3.掌握品牌危机公关的原则 | |
| | 难点 | 1.能够撰写整合营销活动策划方案 2.能够对企业的品牌危机公关提出建议 | |
| 教学方法 | 自主学习、课堂讲授、案例教学、分组讨论 | | |
| 教学实施 | 教学活动 | | |
| | <p>课前：</p> 1.上传课前自学教学资源（教案、课件、视频、微课、动画、案例、自测题等）至网络教学平台； 2.发布课前任务； 3.在线答疑并查看学生学习进度与自测情况，根据学情调整教学策略。 <p>课中：</p> <p>1.课堂讲授 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。</p> <p>2.项目实训</p> <p>（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。</p> <p>（2）实训一 营销渠道设计</p> <p>任务1 设计渠道结构</p> <p>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</p> | | |

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。

3.展示评价

（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。

4.复盘反思

（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：

①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。

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？

课后：

发布课后扩展学习任务：

1.案例一 蓝章策划——鹿丫丫的渠道与运营建议

2.案例二 蓝章策划——宏济堂阿胶雪梨膏的渠道建议

3.案例三 海底捞的品牌公关危机处理