
《商品选品与策划》课程 教学标准

课内学时数：54

适用的专业范围及层次：网络营销与直播电商

课程学分：3

考核方式：考试

编制人：袁尔漫

说明

一、教学目的和要求

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沟通交流能力。
- (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。

二、课程内容和学时分配

1. 教学进度安排

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

	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

2. 思政映射与融入点

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	教学预期成效
1-2	品牌起源、定义、本质等品牌认知基础内容	理解品牌对经济、文化传承价值，树立文化自信与创新意识，明白品牌建设对民族产业发展意义	教师讲授，结合经典民族品牌案例 互动讨论	掌握品牌认知知识，增强文化自信与产业担当，激发投身品牌建设热情
3-6	品牌定位相关理论与实践	培养精准定位、务实创新思维，从品牌命名等看文化内涵挖掘，厚植文化传承与创新精神	案例教学（知名品牌定位案例）、小组实操品牌命名练习	熟练品牌定位技能，提升文化挖掘与创新能力，强化文化传承使命感
7-11	品牌形象设计全流程	以设计传递品牌价值观，融入审美教育与工匠精神	实践教学（软件实操设计）、设计师案例分享	掌握形象设计技能，树立工匠精神，增强用设计讲好品牌故事的意识
12-15	产品策划核心（架构、开发等）	从产品策划看满足人民需求、推动产业升级，培养以用户为中心、服务社会的理念	项目式教学（模拟产品策划项目）、用户需求调研汇报	精通产品策划流程，强化服务社会、产业报国的责任感
16-18	品牌推广策略（渠道、营销等）	借助推广讲好中国品牌故事，传播中国声音，培养国际视野与文化传播担当	翻转课堂（学生策划推广方案展示）、跨境品牌推广案例研讨	掌握推广技能，提升文化传播争意识，树立讲好中国品牌故事的决心

三、教学建议

本课程强化信息化教学设计和教学实施。制作与课程内容相配套的教学课件、动画、视频、微课等；采用线上线下混合式教学模式，使用职教云等平台进行教学实施。

四、理论教学部分和实验教学部分

序号	教学任务	教学内容与教学要求	教学活动（理论和实践）
1	品牌认知	<ol style="list-style-type: none"> 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. 理解品牌与营销的关系 6. 了解品牌构建的步骤 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课前通过职教云平台发布本节课学习资源及自测题目，通过分析学生自测结果，明确教学难点。 2. 课中首先对学生课前自学的薄弱环节进行讲解，强调重点难点；然后运用职教云平台导入实训项目，组织学生小组成员分工合作，借助网络工具，借鉴“蓝章策划”实操案例给出的思路，逐个完成实训任务，解决重点、难点；最后通过职教云在线评分系统进行成绩评价。 3. 课后通过职教云平台发布拓展任务，学生完成拓展任务并在平台提交任务成果。
2	品牌定位	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课前通过职教云平台发布本节课学习资源及自测题目，通过分析学生自测结果，明确教学难点。 2. 课中首先对学生课前自学的薄弱环节进行讲解，强调重点难点；然后运用职教云平台导入实训项目，组织学生小组成员分工合作，借助网络工具，借鉴“蓝章策划”实操案例给出的思路，逐个完成实训任务，解决重点、难点；最后通过职教云在线评分系统进行成绩评价。 3. 课后通过职教云平台发布拓展任务，学生完成拓展任务并在平台提交任务成果。
3	品牌形象	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课前通过职教云平台发布本节课学习资源及自测题目，通过分析学生自测结果，明确教学难点。 2. 课中首先对学生课前自学的薄弱环节进行讲解，强调重点难点；然后运用职教云平台导入实训项目，组织学生小组成员分工合作，借助网络工具，借鉴“蓝章策划”实操案例给出的思路，逐个完成实训任务，解决重点、难点；最后通过职教云在线评分系统进行成绩评价。 3. 课后通过职教云平台发布拓展任务，学生完成拓展任务并在平台提交任务成果。
4	产品规划	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课前通过职教云平台发布本节课学习资源及自测题目，通过分析学生自测结果，明确教学难点。 2. 课中首先对学生课前自学的薄弱环节进行讲解，强调重点难点；然后运用职教云平台导入实训项目，组织学生小组成员

序号	教学任务	教学内容与教学要求	教学活动设计建议
			<p>分工合作，借助网络工具，借鉴“蓝章策划”实操案例给出的思路，逐个完成实训任务，解决重点、难点；最后通过职教云在线评分系统进行成绩评价。</p> <p>3. 课后通过职教云平台发布拓展任务，学生完成拓展任务并在平台提交任务成果。</p>
5	品牌推广	<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>	<p>1. 课前通过职教云平台发布本节课学习资源及自测题目，通过分析学生自测结果，明确教学难点。</p> <p>2. 课中首先对学生课前自学的薄弱环节进行讲解，强调重点难点；然后运用职教云平台导入实训项目，组织学生小组成员分工合作，借助网络工具，借鉴“蓝章策划”实操案例给出的思路，逐个完成实训任务，解决重点、难点；最后通过职教云在线评分系统进行成绩评价。</p> <p>3. 课后通过职教云平台发布拓展任务，学生完成拓展任务并在平台提交任务成果。</p>

五、建议使用教材及主要参考书

《品牌策划与推广实战（微课版 第2版）》，张晓红 金宏星 编著

2025年9月5日