

# 《化妆品营销原理与实务》课程标准

适用专业： 化妆品技术

计划学时： 36

课程类别： 专业基础课

课程负责人： 章慧芬

## 一、课程地位、作用和任务

### 1、课程地位：

《化妆品营销原理与实务》是化妆品技术专业的一门专业基础课，通过本课程的学习，使学生掌握化妆品市场营销的基本知识、基本理论和基本方法，并能灵活运用其基本理论和方法，解决在实际生活及就业后在化妆品营销管理过程中的实际问题，具有从事化妆品营销管理工作的基本素质和基本技能。为化妆品行业提供具有营销管理观念的应用型人才，为学生今后从事化妆品行业相关工作打下扎实的业务基础，也为其他专业课程的学习提供知识技能支撑。所涉的知识和技能在化妆品行业实际工作中具备很高的应用价值，是培养学生专业职业能力的一门必不可少的基本课程，在化妆品技术专业的教学体系中处于重要补充、不可或缺的地位。

### 2、课程作用：

通过教学使学生掌握该课程的基本知识和分析方法，使学生对化妆品市场营销的基本内容有全面、系统的了解，并能结合实际分析与应用，适应当前以技术为引领、市场为导向的化妆品行业发展形势对人才的要求，为学生了解化妆品行业、掌握化妆品市场运行规律，解决实际营销管理问题起到了十分重要的作用。

### 3、课程任务：

本课程的主要任务是：使学生掌握化妆品营销管理的基本知识、基本理论和基本方法，培养市场营销的思维，并能灵活运用其基本理论和方法，解决在实际生活及就业后在化妆品营销管理过程中的实际问题，具有从事化妆品营销管理工作的基本素质和基本技能。

## 二、课程教学目标

### 1、专业能力目标

知识目标：

- ①掌握对化妆品市场营销的基本知识；
- ②了解化妆品市场营销战略的基本构成及基本分析方法；
- ③了解化妆品市场营销策略的基本内容；

④了解化妆品营销服务管理的基本内容；

⑤了解化妆品营销管理的基本内容。

技能目标：

①能对化妆品市场及市场营销环境进行初步分析；

②能用市场细分原理和目标市场原理确定目标市场，进行市场定位；

③能够根据目标市场设计市场营销组合；

④具有制定营销战略计划的能力；

⑤初步具备组织、策划市场营销工作的能力；

⑥具有整合营销渠道及进行营销服务管理的意识；

⑦具有进行团队管理、绩效评价、成本控制、创建品牌等营销管理的意识。

2、方法能力目标：

自我学习能力：养成良好的学习习惯和适合个人的高效率学习方法；

自我管理能力：能自定目标、自我监督、自我评价、自我改进和调整；

信息处理能力：善用搜索引擎、网络资源和图书馆资料；

3、社会能力目标：

健康身心体能：有良好的道德素质、身体素质和心理素质；

与人交流能力：能从容交谈、发言、讨论、演讲、报告和书面表达；

与人合作能力：养成守信、尊重、宽容、公正、公平、担责、坦诚等素养；

解决问题能力：能综合运用所学知识和技能，以高度的责任心和积极探索的态度，创造性地解决生活和工作中面临的新问题，适应未来不断变化的需求；

革新创新能力：能针对事物现状，以创新思维和技法为主要手段，通过提出改进或革新的方案，勇于实践并能调整和评估创新方案，以推动事物不断发展。

### 三、教学重点与难点

1、教学重点

①化妆品市场营销的基本原理；

②化妆品市场营销环境的特点；

③化妆品营销战略；

④化妆品营销策略；

⑤化妆品营销管理。

2、教学难点

①综合运用市场营销原理进行化妆品市场分析。

②根据产品定位及市场情况确定整体战略方案。

③根据产品定位和市场情况确定营销策略组合方案。

④从实际情况出发，观察、分析、综合、归纳众多影响营销管理的因素，并能提出解决方案。

⑤运用所学知识解决实际问题的学习能力、应用能力、写作能力、创新能力、协作能力。

#### 四、课程设计的基本思路

##### 1、课程设计理念

①本课程以“学用结合”课程开发的基本理念为指导，运用市场营销全面系统化的原理+实际分析与预测并制定解决方案的课程设计方法，结合典型化妆品实际营销案例，依照化妆品营销实际工作任务来优化课程内容、组织教学进程。在各种典型案例的教学过程中，突出其共性规律和方法，帮助同学们掌握化妆品营销最基本的知识、方法并运用到解决实际营销问题中去，注重情感态度与价值观等方面的基本要求，突出学生职业素养和职业能力的培养，提高学生的综合素质、就业竞争能力和社会适应能力。

##### 2、课程框架及内容

采用项目化的课程框架和任务式的教学内容，以化妆品营销作为主线，结合化妆品产品、市场以及管理的相关知识，包含化妆品的产品知识、市场营销知识、品牌、服务、管理等内容，并依据从易到难、循序渐进、逐渐拓展的学习规律，重构教材，确定《化妆品营销实务》的项目为六个：化妆品基本常识认知、化妆品市场营销认知、化妆品营销战略、化妆品营销策略、化妆品营销服务管理、化妆品营销管理，每个项目内又包含若干个学习任务，如表 1—1 所示。

表 1—1 《化妆品营销实务》课程框架及内容

项目	学习任务		
	序号	任务名称	课时
营销概述	1	市场营销概述	2
	2	化妆品营销概述	2
营销战略	1	化妆品营销环境	4
	2	化妆品市场调研	4
	3	化妆品消费者购买心理与行为	4

	4	化妆品营销的顾客价值导向	2
	5	化妆品营销战略的制定	6
营销策略	1	化妆品的产品策略	2
	2	化妆品的价格策略	4
	3	化妆品的销售渠道策略	2
	4	化妆品的促销策略	4
总课时			36

## 五、其他

### 1、建议先修课程

《化妆品市场分析与预测》、《消费心理学》、《商品推销技巧》

### 2、可参考使用教材与相关资源

[1] 菲利普·科特勒《营销管理》。上海：人民出版社，2016.

[2] 何平月。《化妆品营销原理与实务》。第1版。北京：化学工业出版社，2015.