

《物流市场营销》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

课程名称	(中文) 物流市场营销				
	(英文) Logistics Marketing				
课程代码	1060132	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	32	实践学时	
开课学院	商学院	适用专业与年级		物流管理专升本 2023 级	
课程类别与性质	专业选修课	考核方式		考查	
选用教材	物流市场营销学（第 5 版），董千里主编，电子工业出版社，2023 年 4 月			是否为马工程教材	否
先修课程	物流学，管理学				
课程简介	本课程是物流管理专业本科学生的一门专业选修课程。课程的目的在于全面、系统地介绍物流营销的知识和技能要求，吸收国内外物流营销领域的先进理念、最新理论及其应用方面最新发展动向，形成有实际竞争力的物流营销能力，帮助实现企业物流优势资源的整合，实现物流企业长久化、经济化的发展。 通过本课程的学习，使得学生掌握分析和综合运用市场营销的基本技能，为以后从事物流的工作岗位打下坚实基础。通过本课程的学习，使学生具备现代物流营销管理的基本职业素质，掌握基本理论知识和技能，并能灵活的运用于具体工作当中。通过本课程的学习，使学生能够熟悉物流营销和物流活动的相互关系，掌握物流营销的全过程，能够运用物流市场营销的各种技能和营销模式，运用物流营销理论、方法和策略，开展物流营销活动，提升物流营销管理效果。				
选课建议与学习要求	该课程适合物流管理专业大学二年级以上的学生选修，具备供应链与物流管理等专业基础知识。				
大纲编写人	王冠宇	(签名)	制/修订时间	2024.3	
专业负责人	宋杰珍	(签名)	审定时间	2024.3	
学院负责人	尹卫华	(签名)	批准时间	2024.3	

二、课程目标与毕业要求

(一) 课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	掌握物流市场营销的概念和物流营销的基本理论及创新发展，掌握物流营销环境分析和物流市场需求分析，能够进行物流市场调查与预测。
	2	能够制定物流营销战略规划，能够应用物流服务策略、物流服务定价策略、物流服务分销渠道策略和物流服务促销策略进行实际问题分析，掌握国际物流市场营销相关理论及应用。
技能目标	3	能够进行对物流市场进行调研，了解物流市场需求，针对具体物流企业制定营销方案。
	4	培养学生掌握物流营销活动中的现象及规律，掌握物流营销活动的基本过程及特征，形成分析问题和解决问题的能力，使学生能够具备从事物流营销或销售工作的综合应用能力。
素养目标 (含课程思政目标)	5	培养健康良好的工作习惯和心态，遵守职业规范，具备职业道德操守，树立正确的营销价值观，形成良好的人文素养、职业道德和创新意识。

(二) 课程支撑的毕业要求

L01 品德修养：拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。 ②遵纪守法，增强法律意识，培养法律思维，自觉遵守法律法规、校纪校规。
L02 专业能力：具有人文科学素养，具备从事物流管理工作的理论知识、实践能力。②物流作业组织与协调管理能力：系统地掌握仓储作业、运输作业、配送中心运作的具体操作过程，具备相关作业计划编制、过程组织和协调管理的能力。⑥基本经济管理理念与管理实践活动决策能力：系统地掌握经济管理的基本知识，熟悉这些知识在物流管理中的应用与发展，具备物流管理的基本技能，并能有效解决物流管理中的实际问题。
L06 协同创新：同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员，善于自我管理和团队管理；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。②有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。
L08 国际视野：具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力，有国际竞争与合作的意识。①具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。③有国际竞争与合作意识。

(三) 毕业要求与课程目标的关系

毕业要求	指标点	支撑度	课程目标	对指标点的贡献度
L01	②	M	5.培养健康良好的工作习惯和心态，遵守职业规范，具备职业道德操守，树立正确的营销价值观，形成良好的人文素养、职业道德和创新意识。	100%
L02	②	M	1.掌握物流市场营销的概念和物流营销的基本理论及创新发展，掌握物流营销环境分析和物流市场需求分析，能够进行物流市场调查与预测。	50%
			2.能够制定物流营销战略规划，能够应用物流服务策略、物流服务定价策略、物流服务分销渠道策略和物流服务促销策略进行实际问题分析，掌握国际物流市场营销相关理论及应用。	50%
L02	⑥	H	3.能够进行对物流市场进行调研，了解物流市场需求，针对具体物流企业制定营销方案。	50%
			4.培养学生掌握物流营销活动中的现象及规律，掌握物流营销活动的基本过程及特征，形成分析问题和解决问题的能力，使学生能够具备从事物流营销或销售工作的综合能力。	50%
L06	②	H	4.培养学生掌握物流营销活动中的现象及规律，掌握物流营销活动的基本过程及特征，形成分析问题和解决问题的能力，使学生能够具备从事物流营销或销售工作的综合能力。	100%
L08	①	M	2.能够制定物流营销战略规划，能够应用物流服务策略、物流服务定价策略、物流服务分销渠道策略和物流服务促销策略进行实际问题分析，掌握国际物流市场营销相关理论及应用。	50%
			3.能够进行对物流市场进行调研，了解物流市场需求，针对具体物流企业制定营销方案。	50%
L08	③	M	2.能够制定物流营销战略规划，能够应用物流服务策略、物流服务定价策略、物流服务分销渠道策略和物流服务促销策略进行实际问题分析，掌握国际物流市场营销相关理论及应用。	100%

三、课程内容与教学设计

(一) 各教学单元预期学习成果与教学内容

第 1 章 物流营销学概论

教学内容：

- 1.1 物流市场营销概述
- 1.2 物流企业及物流市场营销的目的、地位及任务
- 1.3 物流市场营销的发展
- 1.4 物流市场营销学的性质、内容及发展
- 1.5 学习物流市场营销的任务及方法

能力要求：

- ①了解营销的发展史。
- ②理解物流营销的基本概念、思路与方法。
- ③运用分析物流营销与一般营销的主要异同点。

教学重点：

能够分析物流营销与一般营销的主要异同点。

第 2 章 物流营销的基础理论

教学内容：

- 2.1 物流服务营销理论
- 2.2 物流关系营销理论
- 2.3 物流网络营销理论
- 2.4 物流体验营销理论
- 2.5 绿色物流营销
- 2.6 物流 13P 营销要素理论
- 2.7 物流 13P 营销要素的作用

能力要求：

- ①理解物流业服务的本质特征。
- ②掌握新时代物流服务营销、物流关系营销、物流网络营销、物流体验营销、物流绿色营销的内容和应用。
- ③理解物流营销“13P”的战略营销、大市场营销和物流服务过程

教学重点：

理解物流营销的各个基础理论。

第 3 章 物流营销创新及发展

教学内容：

- 3.1 物流营销创新的含义
- 3.2 服务利润链理论
- 3.3 物流 4C 营销组合
- 3.4 物流 4V 营销组合
- 3.5 物流 4R 营销组合
- 3.6 交叉营销及其应用
- 3.7 基于物流水平营销的创新

能力要求：

- ①了解物流服务价值链理论。
- ②理解物流营销 4P 与 4C、4V、4R 的关系。

③运用物流营销 4C、4V、4R 组合理念。

教学重点：

物流营销 4C、4V、4R 组合的理解和运用。

第 4 章 物流营销环境分析

教学内容：

4.1 物流营销宏观环境分析

4.2 物流营销微观环境分析

4.3 物流营销业务环境分析

能力要求：

①理解物流营销宏观环境分析要点。

②理解物流营销微观环境分析要点。

③运用不同物流市场环境的主要分析方法。

教学重点：

不同物流市场环境的宏微观环境分析的理解和应用。

第 5 章 物流市场调查与预测

教学内容：

5.1 物流市场的类型

5.2 物流市场调查

5.3 物流市场预测

能力要求：

①了解物流市场的类型。

②理解和应用物流市场调查内容和方法。

③理解物流市场预测方法。

教学重点：

物流市场调查方法的运用。

第 6 章 物流市场需求

教学内容：

6.1 物流市场需求及其特征

6.2 物流市场需求满足策略分析

6.3 物流市场需求者行为分析

能力要求：

①了解物流市场需求及其特征。

②理解物流服务需求者 6 种购买类型。

③理解购买决策过程中的 5 种角色。

④应用基于 4C 和 4V 组合的物流需求分析

教学重点：

基于 4C 和 4V 组合的物流需求分析的理解和应用。

第 7 章 物流营销战略规划

教学内容：

7.1 物流营销战略规划过程

7.2 物流市场细分

7.3 物流企业目标市场

7.4 物流市场定位

能力要求：

- ①了解物流营销战略规划过程。
- ②理解物流市场细分的概念及作用。
- ③运用物流企业目标市场的评估及选择。
- ④运用物流企业市场定位及其依据。

教学重点：

理解和运用物流企业目标市场的评估及选择。

第8章 物流服务策略

教学内容：

8.1 物流服务概述

8.2 物流服务组合策略

8.3 物流服务差异化策略

8.4 物流服务新产品开发

能力要求：

- ①了解物流服务的概念、特征和种类。
- ②了解物流服务新产品的开发。
- ③理解物流服务的生命周期及服务策略。
- ④理解物流服务组合的概念、策略及调整。
- ⑤运用物流服务差异化及物流服务差异化策略。

教学重点：

理解和运用物流服务差异化及物流服务差异化策略。

第9章 物流服务定价策略

教学内容：

9.1 物流服务价格及其形成机理

9.2 物流服务定价的影响因素

9.3 物流企业的定价方式和方法

能力要求：

- ①了解物流服务的价格形成机理。
- ②理解物流服务定价的影响因素。
- ③运用物流服务的定价方式及其方法。

教学重点：

理解和运用物流服务的定价方式及其方法。

第10章 物流服务分销渠道策略

教学内容：

10.1 物流服务分销渠道

10.2 物流服务分销渠道系统

10.3 物流企业分销渠道决策

10.4 物流企业分销渠道管理

10.5 电子商务对物流企业分销渠道的影响

能力要求:

- ①了解物流服务分销渠道的含义、特点与作用。
- ②了解电子商务对分销渠道的影响。
- ③理解物流服务渠道行为及分销渠道系统。
- ④理解影响物流企业分销渠道决策的因素。
- ⑤运用物流企业分销渠道的选择和管理。

教学重点:

物流企业分销渠道的选择和管理的理解和应用。

第 11 章 物流服务促销策略

教学内容:

- 11.1 物流服务促销概述
- 11.2 物流营销逻辑训练: “3-4-3-2” 销售模型
- 11.3 物流服务人员销售管理及其策略
- 11.4 物流服务广告策略
- 11.5 物流企业的营业推广和物流服务的有形展示

能力要求:

- ①了解物流服务促销的策略及影响因素。
- ②理解物流营销逻辑训练 “3-4-3-2” 销售模型。
- ③理解物流服务广告策略。
- ④运用物流企业的营销推广及服务有形展示。

教学重点:

物流企业的营销推广及服务有形展示的应用。

第 12 章 大市场营销组合策略

教学内容:

- 12.1 大市场营销的基础
- 12.2 大市场营销观念及其发展
- 12.3 构建战略合作关系与大市场营销
- 12.4 国际物流大市场营销策略
- 12.5 大市场营销权力策略及其应用
- 12.6 大市场营销公共关系策略

能力要求:

- ①了解物流集成与大市场营销的关系。
- ②理解大市场营销策略要点。
- ③理解大市场营销的物流公共关系策略。
- ④大市场营销的权力策略及应用。

教学重点:

大市场营销的权力策略理解及应用。

第 13 章 国际物流市场营销

教学内容:

- 13.1 国际物流营销概述

- 13.2 国际物流服务营销策略
 13.3 国际物流服务定价策略
 13.4 国际物流服务分销渠道策略
 13.5 国际物流服务促销策略

能力要求:

- ①了解国际物流市场营销的含义。
 ②理解国际物流市场营销与国内物流市场营销的主要区别。
 ③运用国际物流市场的主要营销策略。

教学重点:

国际物流市场的主要营销策略的理解和应用。

(二) 教学单元对课程目标的支撑关系

课程目标 教学单元	1	2	3	4	5
第1章 物流营销学概论	√			√	√
第2章 物流营销的基础理论	√			√	√
第3章 物流营销创新及发展	√			√	√
第4章 物流营销环境分析	√			√	√
第5章 物流市场调查与预测	√		√	√	√
第6章 物流市场需求	√		√	√	√
第7章 物流营销战略规划		√	√	√	√
第8章 物流服务策略		√	√	√	√
第9章 物流服务定价策略		√	√	√	√
第10章 物流服务分销渠道策略		√	√	√	√
第11章 物流服务促销策略		√	√	√	√

第 12 章大市场营销组合策略		√	√	√	√
第 13 章国际物流市场营销		√	√	√	√

(三) 课程教学方法与学时分配

教学单元	教与学方式	考核方式	学时分配		
			理论	实践	小计
第 1 章 物流营销学概论	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	2		2
第 2 章 物流营销的基础理论	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	3		3
第 3 章 物流营销创新及发展	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	2		2
第 4 章 物流营销环境分析	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	2		2
第 5 章 物流市场调查与预测	课堂讲授, 案例教学	案例分析及期末考查	2		2
第 6 章 物流市场需求	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	2		2
第 7 章 物流营销战略规划	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	2		2
第 8 章 物流服务策略	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	3		3
第 9 章 物流服务定价策略	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	3		3
第 10 章 物流服务分销渠道策略	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	3		3
第 11 章 物流服务促销策略	课堂讲授, 案例教学	案例分析及期末考查	3		3
第 12 章大市场营销组合策略	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	3		3
第 13 章国际物流市场营销	课堂讲授, 案例教学	课程作业及期末考查	2		2
合计			32	0	32

四、课程思政教学设计

1、思政元素

掌握物流目标市场细分的标准、灵活运用策略进行目标市场的选择, 并成功找准市场定位。同时由企业目标的设定上升到国家目标的设定, 让学生能正确理解党的“两个一百年”奋斗目标和中国梦的美好愿景的历史意义, 最后落地到学生个人目标的规划与实施, 唤醒学生对个人目标、企业目标与国家命运相联系的认知。

2、教学素材

选择几家有代表性的物流企业，分析其在进行市场细分时所参照的依据，以及在全国或者全球市场中如何进行的市场地位。

能够灵活运用市场调研的方法对企业进行调研，培养学生恪守职业道德并树立脚踏实地、艰苦奋斗、奋勇争先的爱岗敬业精神和执着专注、精益求精、一丝不苟的工匠精神。

➤ 课程内容思政点设计：

第一章 物流营销学概论

思政要点：从德国工业 4.0 到我国制造 2025 计划的落实情况，看我国制造业发展成果

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本章重点：企业市场营销类型及物流特征；本章难点：理解不同市场模式下的物流市场营销方案。

第二章 物流营销的基础理论

思政要点：社会主义市场经济为什么可以改变中国的生产方式，取得如此重大成功

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本章重点：物流市场营销方式、运作特点、市场营销变化对物流管理的影响；本章难点：物流市场营销方式、运作特点。

第三章 物流营销创新及发展

思政要点：社会主义优越性有哪些明显作为？中国物流产业为什么能够在短期内取得震惊世界的伟大成果。

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本章重点：物流系统与市场营销的关系；如何开展物流创新及其物流营销的实践；本章难点：物流营销的设计和开发，掌握物流营销计划方法和过程。

第四章 物流营销环境分析

思政要点：为什么我国企业非常重视新产品开发？党和政府都提倡科技兴国，提高科技投入有什么意义？

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本章重点：新产品开发与新市场开发的基本概念和影响因素；本章难点：主要的新产品开发与研究、新服务设计、新工作设计；科研环境。

第五章 物流市场调查与预测

思政要点：物流产业振兴对我国经济发展、社会进步有什么作用？为什么要进行物流市场调查与预测？

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本章重点：物流市场调查与预测的内容、物流市场调查的特点与要求；本章难点：物流市场调查与预测的基本工作内容；物流市场调查问卷的基本内容

第六章 物流市场需求

思政要点：物流信息化、物流智能化推进了物流市场的变化，物流市场需求有什么提升！

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本次授课要求：知道物流与市场需求的关系；掌握物流需求的理论与方法；理解物流新技术与物流市场需求的相关性。本章重点：掌握满足物流市场需求的理论与方法；本章难点：如何制定物流需求的市场营销计划。

第七章 物流营销战略规划

思政要点：探讨企业物流营销人员与物流市场营销绩效的实施结合点。

教学设计思路：一般分为导入（5-10 分钟），可以采用案例导入、问题导入、复习前次课程内容等形式。本次授课目的与要求是了解物流市场营销能力、战略和计划的概念及其重要性；掌握营销能力与营销计划的基本内容；理解物流营销计划和战略规划能力、计划方法；掌握物流营销计划编制的相关知识。本章重点：物流营销能力和战略计划和规划计划方法的主要内容；本章难点：编制物流市场营销计划的主要方法。

第八章 物流服务策略

思政要点：提倡艰苦创业与学习时代楷模；介绍事迹和人物

本次授课目的与要求：物流市场营销的核心是制定物流市场战略性规划。落实的关键是物流市场营销计划的编制、执行与控制。物流市场营销计划编制是其中非常重要的一部分。本章以物流市场营销及其影响因素为前提，向学生讲授物流营销能力与物流市场需求协调的互动机制，掌握物流营销计划的编制相关知识，突出营销管理过程运用物流营销服务策略，结合物流市场的特点，研究物流市场营销策略与手段，提高物流市场营销的效果。

五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标						合计
			1	2	3	4	5		
X1	10%	平时表现	20	20	20	20	20		100
X2	15%	课程案例分析 1	40		20	20	20		100
X3	15%	课程案例分析 2		20	40	20	20		100
X4	60%	期末随堂测试	20	20	20	20	20		100

六、其他需要说明的问题

无