**《营销管理信息系统》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **营销管理信息系统** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Marketing Management Information System** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28122119** | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32（含实践0） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | □必修  ☑选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | ☑闭卷 □开卷 □课程论文 □课程作品 □汇报展示 □报告  ☑课堂表现 ☑阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课系** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第6学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 管理学、市场营销、财务管理 | | | | | | |
| **后续课程** | 数据分析、供应链管理、大数据营销与商业数据挖掘 | | | | | | |
| **选用教材** | 《管理信息系统》[张金城](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%BD%F0%B3%C7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \o "张金城、柳巧玲)、[柳巧玲](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F8%C7%C9%C1%E1&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)，清华大学出版社，2016年。 | | | | | | |
| **参考书目** | 1.《管理信息系统理论与实务》姜方桃、郑庆华、王思武、张瑜、何宽、吴远征主编，清华大版社,2017年。  2.《管理信息系统：管理数字化公司》（第十二版）（美）肯尼思·C. 劳顿 (Kenneth C. Laudon)、（美）简·P.劳顿 ( Jane P. Laudon) ，清华大学出版社，2017年。 | | | | | | |
| **课程资源** | 1.网络资源：中国知网、网易公开课；  2.长江师范学院图书馆；  3.长江师范学院数字图书馆；  4.课程作业（练习题库）；  5.其他网络资源：www.ibodao.com。 | | | | | | |
| **课程简介** | 营销管理信息系统是一门探讨营销与信息技术的交叉领域的课程。本课程的主要目标是培养学生对于营销信息系统的理论知识和实际应用的了解，以及掌握相关技术和工具的能力。课程内容包括 营销管理与信息系统的关系；营销信息系统的基础知识； 营销数据管理与分析； 营销信息系统的设计与实施；新兴技术与趋势本课程将通过课堂讲授、案例分析、实践项目等多种教学形式，旨在培养学生对于营销管理信息系统的全面了解，以及掌握相关技术和工具的实操能力。通过学习本课程，学生将能够在实际工作中利用营销信息系统分析市场趋势、制定营销策略、优化营销运营，提升企业市场竞争力。 | | | | | | |

1. **课程目标**

培养学生掌握与营销管理相关的信息系统知识、技能和能力，以支持和优化营销决策和实践。具体而言，该课程的目标包括理解营销管理信息系统的概念和关键要素；掌握营销数据管理和分析的方法和技巧；掌握营销信息系统的设计和实施方法；熟悉营销管理信息系统的新兴技术和趋势；培养团队合作和沟通能力。 通过实现以上目标，学生将具备理论知识和实践能力，能够运用营销管理信息系统的方法和工具，支持营销决策的制定和实施，提高企业的市场竞争力和营销效果。

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 理论知识目标：让学生掌握与营销管理信息系统相关的基础理论知识，了解其概念、原理和应用，包括营销管理信息系统概念和定义；营销数据收集和处理； 营销数据分析方法；营销信息系统的架构和功能；营销决策支持工具和技术；营销信息系统的管理与评估。掌握以上理论知识，学生将能够理解和应用营销管理信息系统的相关概念、原理和方法，为企业的营销决策和实践提供有效支持和决策依据。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：培养学生在实际应用中有效操作和管理营销信息系统的能力，以提升营销管理的效果和效率，包括数据收集与整理能力； 数据分析与解读能力；决策支持能力；系统应用与操作能力；系统设计与实施能力； 团队合作与沟通能力。 通过实现以上能力与方法目标，学生将具备运用营销管理信息系统进行数据收集、分析和决策的能力，能够有效地管理和操作营销信息系统，优化营销管理流程，提升企业的市场竞争力和营销绩效。 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生在营销信息系统领域具备专业意识、积极态度和全面素养，以应对现代营销管理的需求和挑战，包括专业意识； 数据驱动意识； 创新思维和实践意识； 信息安全与隐私意识；跨界合作与沟通能力； 持续学习与职业发展意识。通过培养以上意识、态度和素养，学生将具备专业意识和能力，积极应对营销管理信息系统领域的挑战和变化，以良好的态度和素养推动营销管理的创新和发展，并为实现个人职业目标和企业成功做出积极贡献。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生积极正面的情感态度和正确的价值观，以应对营销管理信息系统领域的挑战和压力，并在职业生涯中展现出良好的情感态度和价值观。包括激情与兴趣；自信与积极性；创新与开放性；合作与团队精神；质量与诚信； 践行社会责任。 通过培养以上情感态度与价值观，学生将具备积极正面的情感态度和正确的价值观，能够在营销管理信息系统的学习和实践中发挥出自身的优势，以良好的情感态度和价值观为指导，提升个人职业发展和企业的可持续发展。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求2：**知识要求【M】 | 2.3 跨界知识：了解跨学科、跨行业、跨企业等交叉知识，建立起完备的知识体系，具备基本的跨界融合知识；了解创新创业活动所需要的基本知识和前沿理论。 | 3 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.4专业知识：熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 1.4.本土情怀:立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地  适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，  勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 2 |
| **毕业要求3：**能力要求【L】 | 3.4 职业发展：具备敏锐的市场洞察力和判断力及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 4 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 管理信息系统概论 | 1.课程学习的重要性 | 实验操作1：管理信息系统规划。掌握管理信息系统规划的原则、目的、意义；熟悉管理信息系统规划的基本框架；熟悉管理信息系统规划的内容。 | 3 | 重点：   1. 管理信息系统的定位   2.数据、信息、系统的概念  难点：  1.信息的特征：分层  2.管理信息系统体系 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.课程学习内容及目标 | 3 |
| 3.本课程发展现状与未来 | 3、4 |
| 4.管理信息系统相关概念和体系 | 1、2 |
| 2 | 管理信息系统规划 | 1.管理信息系统结构化方法 | 实验操作2：管理信息系统需求分析。熟悉需求分析的原则、目的、意义；熟悉需求分析的基本框架；熟悉需求分析的内容。 | 1、2 | 重点：  1.结构化开发方法  2.原型法  3.面向对象开发方法  难点：  结构化开发方法 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 6 |
| 2.原型法、面向对象开发方法 | 1、2 |
| 2.系统规划内容和业务流程重组 | 1、2、3 |
| 3 | 管理信息系统分析 | 1. 管理信息系统可行性分析方法、内容 | 实验操作2（续）：管理信息系统需求分析。熟悉需求分析的原则、目的、意义；熟悉需求分析的基本框架；熟悉需求分析的内容。 | 1、2 | 重点：  1.可行性分析  2.业务流  难点：  1.数据字典  2.新系统逻辑方案 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 8 |
| 2. 管理信息系统业务分析流程、内容 | 2、3、4 |
| 3. 管理信息系统系统化分析流程与内容 | 2、3、4 |
| 4 | 管理信息系统设计 | 1. 总体设计的基本内容和方法 | 实验操作3：管理信息系统可行性分析。熟悉管理信息系统可行性分析的目的、意义；掌握管理信息系统可行性分析的方法；掌握管理信息系统可行性分析的内容。 | 1、2、3 | 重点：  1.功能结构设计  2.代码设计  3.界面设计  难点：  1.数据存储设计 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 6 |
| 2. 详细设计相关内容和要求 | 1、2、3 |
| 3.接口设计内容 | 1、2、3 |
| 5 | 管理信息系统实施与项目管理 | 1. 物理系统实施 | 实验操作4：管理信息系统功能设计。掌握管理信息系统设计的主要任务；熟悉相应的管理信息系统的功能设计原则、意义；熟悉管理信息系统功能设计模块图。 | 1 | 重点：   1. 物理系统模型   2.软件测试  难点：  代码编制 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 6 |
| 2.程序代码实施的内容与流程 | 1、2 |
| 3.软件测试与培训 | 1、2 |
| 4.系统维护与评价 | 1、2、3 |
| 6 | 电子商务信息系统案例分析 | 1.电子商务系统概念与类型 | 实验操作4（续）：管理信息系统功能设计。掌握管理信息系统设计的主要任务；熟悉相应的管理信息系统的功能设计原则、意义；熟悉管理信息系统功能设计模块图。 | 1 | 重点  1.电子商务系统特点  2.电子商务系统分析  难点：  电子商务系统功能设计 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 6 |
| 2.电子商务系统分析 | 2、3 |
| 3.电子商务系统功能设计 | 2、3 |
| 4.电子商务系统搭建与配置 | 2、3、4 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 1.管理信息系统相关概念和体系 | 管理信息系统概论 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 2.管理信息系统结构化方法 | 管理信息系统规划 |
| 3.原型法、面向对象开发方法 | 管理信息系统规划 |
| 4.系统规划内容和业务流程重组 | 管理信息系统规划 |
| 5.可行性分析方法、内容 | 管理信息系统分析 |
| 6. 系统化分析流程与内容 | 管理信息系统分析 |
| 7. 总体设计的基本内容和方法 | 管理信息系统设计 |
| 8. 详细设计相关内容和要求 | 管理信息系统设计 |
| 9.接口设计内容 | 管理信息系统设计 |
| 10. 物理系统实施 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 11.程序代码实施的内容与流程 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 12.软件测试与培训 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 13.系统维护与评价 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 14.电子商务系统概念与类型 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 课程  目标 2 | 1.管理信息系统相关概念和体系 | 管理信息系统概论 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2.管理信息系统结构化方法 | 管理信息系统规划 |
| 3.原型法、面向对象开发方法 | 管理信息系统规划 |
| 4.系统规划内容和业务流程重组 | 管理信息系统规划 |
| 5.可行性分析方法、内容 | 管理信息系统分析 |
| 6.业务分析流程、内容 | 管理信息系统分析 |
| 7.系统化分析流程与内容 | 管理信息系统分析 |
| 8.总体设计的基本内容和方法 | 管理信息系统设计 |
| 9.系统化分析流程与内容 | 管理信息系统设计 |
| 10.接口设计内容 | 管理信息系统设计 |
| 11.程序代码实施的内容与流程 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 12.软件测试与培训 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 13.系统维护与评价 | 管理信息系统实施与项目管理 |
| 14.电子商务系统分析 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 15.电子商务系统功能设计 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 16.电子商务系统搭建与配置 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 课程  目标 3 | 1.课程学习的重要性 | 管理信息系统概论 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2.课程学习内容及目标 | 管理信息系统概论 |
| 3.本课程发展现状与未来 | 管理信息系统概论 |
| 4.系统规划内容和业务流程重组 | 管理信息系统规划 |
| 5.业务分析流程、内容 | 管理信息系统分析 |
| 6.系统化分析流程与内容 | 管理信息系统分析 |
| 7.总体设计的基本内容和方法 | 管理信息系统设计 |
| 8.系统化分析流程与内容 | 管理信息系统设计 |
| 9.接口设计内容 | 管理信息系统设计 |
| 10.电子商务系统分析 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 11.电子商务系统功能设计 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 12.电子商务系统搭建与配置 | 电子商务信息系统案例分析 |
| 课程  目标 4 | 1.本课程发展现状与未来 | 管理信息系统概论 | 15% | 1.课堂表现  2.营销活动模拟 |
| 2.业务分析流程、内容 | 管理信息系统分析 |
| 3.系统化分析流程与内容 | 管理信息系统分析 |
| 4.电子商务系统搭建与配置 | 电子商务信息系统案例分析 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考核成绩比例60% | 营销活动模拟成绩比例10% | 平时作业成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% |
| 课程目标1 | 27.5% |  | 40% | 5% | 25% |
| 课程目标2 | 45% | 10% | 55% | 20% | 40% |
| 课程目标3 | 27.5% | 20% | 5% | 5% | 20% |
| 课程目标4 |  | 70% |  | 80% | 15% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（25%）**：通过学生在课堂上的表现情况（包括课堂提问、发言、参与讨论和营销活动模拟、回答问题、听课情况等），来评价学生学习过程及效果。课堂表现由教师平时所做学生表现的记录为依据。

**（2）平时作业完成情况（50%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计，通过课堂练习题、单元测验和小组任务等检验、强化学生对相关知识和方法的理解和掌握。平时作业主要根据雨课堂或学习通中要求学生完成的随堂测试、课后作业等得到的成绩为准。

**（3）营销活动模拟（25%）：**管理信息系统模拟训练包括理论学习、案例分析、系统模拟、团队协作、实践操作、问题解决和持续学习。这些训练有助于提升对系统的理解和应用能力，为实际工作打下基础。营销活动模拟主要通过实战成果来进行评价，实战成果提交学习通或者雨课堂。

**2.期末成绩评定**

主要考察学生对基本概念、基本原理、方法和工具的理解与运用等。要求学生掌握基本概念、基本理论，运用具体方法或工具解决相关问题。考试形式为闭卷考试，参加学校统一组织的课程考试。严格按照长江师范学院期末考核工作规范出题、阅卷和评定成绩。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和小组实战考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+实践成绩（60%）

**（三）评分标准**

课程考核方式中涉及到平时成绩的评分标准，评分依据见“平时成绩评定”部分。试卷考核项目以试卷参考答案及评分细则为准。

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院工商管理系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。