
中国计量学院

2012 ~ 2013 学年 第 1 学期

《营销实战模拟》

—— 指导书

二级学院（部、中心） 经济与管理学院

学 科 （ 专 业 ） 市场营销

课 程 名 称 营销实战模拟

授 课 对 象 11 市场营销

教 材 名 称 无

2012 年 10 月 18 日

一、目的

本课程是管理与营销类专业本科生的集中实习课程。在实习过程中，通过全程模拟营销实战，对宏观环境、行业特性、消费者特征及购买行为、市场竞争的仿真模拟，构建真实的市场，完整模拟企业的竞争与营销环境，让学生在实践中学营销管理知识，在真实体验中提升营销管理技能。

课程以《营销之道》软件进行实习，增强了学习的娱乐性，使枯燥的课程变得生动有趣。这种让学生通过“做”来“学”的实习方式使得参与者切实的体会到深奥的商业思想——他们看到并触摸到企业的营销运作方式，并在将来应用于实践之中。学生通过对自己创办企业的若干周期的运营管理，完成各项经营决策，包括企业战略规划、财务预算、产品研发、市场分析、市场开发、营销策略、竞争分析等等，其中着重针对营销策略的开展，帮助学生系统的掌握企业营销管理中的各项职能。

主要内容包括以下部分：

- 1) 熟悉企业营销管理的基本知识；
- 2) 了解实战中的市场营销环境分析(SWOT)；
- 3) 如何开展市场调研；
- 4) 如何进行市场需求分析；
- 5) 学习如何进行产品定位(BSG)；
- 6) 学习如何进行市场细分；
- 7) 了解营销组合(5Ps)的运用和开展；
- 8) 学习营销计划的执行与控制；
- 9) 如何进行竞争分析，并不断提升自身的市场占有率；
- 10) 熟悉在实战中各种营销工具的运用；
- 11) 提升团队分与沟通能力，提升执行力。

二、设计题目

通过对真实企业的仿真模拟，所有参加训练的学生分成若干小组，组建成若干虚拟公司。通过团队成员的努力，使公司实现既定的战略目标，并在所有公司中脱颖而出。

根据时间长度和市场状况两个维度，每一周模拟一种情况，即五季的经济繁荣期、五季的经济衰退期。

三、设计要求

时间：2 周。

要求：每个小组由 4-6 名学生组成，小组成员分别担任虚拟公司的总经理、市场总监、国际业务总监、直销业务总监、渠道业务总监、财务总监等岗位，并承担相关的管理工作，通过对市场环境背景资料的分析讨论，完成企业运营过程中的各项决策，包括战略规划、品牌设计、营销策略、市场开发、产品计划、生产规划、融资策略、成本分析等等。通过团队成员的努力，努力使公司实现既定的战略目标，并在所有公司中脱颖而出。

成果形式：课程结束，要求每组学生上交一份练习手册打印稿（A4）。

四、纪律要求

充分认识课程设计对培养自己的重要性，认真做好模拟前的策划工作。

独立按时完成规定的工作任务，积极思考。

课程设计期间，无故缺席按旷课处理；缺席时间达三分之一以上者，其成绩按不及格处理。

五、时间安排

经过组建团队、确定成员分工、熟悉软件、根据市场进行战略规划、进入模拟等过程。大致安排如下：

阶 段	时 间	工 作 内 容
第一阶段 (五季，市场繁荣)	第 1 天	完成团队组建、成员分工、注册 完成公司创立的程序 了解基本数据规则 熟悉软件
	第 2-4 天	完成五季、市场繁荣条件下的市场策划 初步制定在市场繁荣条件下企业 5 年发展的产品、 促销、定价等策略
	第 5 天	进入正式模拟 通过比赛过程及数据进一步完善各自团队报告 包括：投资运营规划、产品设计及研发、产品定价、 市场开拓、营销渠道、广告促销、财务分析 等各方面。
第二阶段 (五季，市场衰退)	第 6 天	演练，环境改变为低迷市场
	第 7-8 天	完成五季、市场低迷条件下的战略规划

		初步制定在市场低迷条件下企业 5 年发展的产品、促销、定价等策略
	第 9 天	进入正式模拟 通过比赛过程及数据进一步完善各自团队报告 包括：投资运营规划、产品设计及研发、产品定价、市场开拓、营销渠道、广告促销、财务分析等各方面。
第三阶段 总报告撰写	第 10 天	提交报告

六、考核方法

1、考核类别：考查

2、考核形式：课程设计报告完成情况和经营模拟的最终成绩。

3、成绩评定：五级制（优、良、中、及格、不及格）

优：完整正确地完成课程设计报告，团队合作非常默契，模拟企业在每次模拟赛中得分靠前，实习报告完整，分析全面。

良：比较完整正确地完成课程设计报告，个别步骤有误，团队合作比较默契，模拟企业在模拟赛中得分靠前，实习报告完整，分析较全面。

中：企业生产运营流程完成 80%以上，有一些步骤有误，团队合作较默契，模拟企业在比赛中得分居中，实习报告较完整，分析较全面。

及格：企业生产运营流程完成 60%以上，错误步骤较多，团队合作基本默契，模拟企业在比赛中得分靠后，实习报告较完整，分析欠全面，到课率偏低。

不及格：企业生产运营流程完成少于 60%，错误步骤较多，团队合作不默契，模拟企业在所有企业中得分靠后，实习报告不完整，无分析内容，到课率较低。