

《《运输市场营销》》课程自学指导书

第一部分：《《运输市场营销》》课程简介

《《运输市场营销》》课程的教学目的应使学生增强运输市场意识和市场营销观念，了解运输市场营销的基本概念、基本理论，学习运用和掌握运输市场营销的基本策略和具体方法，培养和提高学生从事运输市场营销策划和实施的基本能力。

本课程介绍了企业市场经营观的转变与运输市场的发展过程，运输市场营销环境分析，运输市场供求分析，运输市场调查与预测方法，运输市场营销策略，包括运输产品策略、运输价格策略、运输企业分销渠道策略、运输企业促销策略，运输市场营销管理。

本课程是北京交通大学出版社出版的《运输市场营销学》教材配套的网络课程，适用于学习者远程辅助学习。本课程的适用对象为高等学校交通运输类、物流工程专业本、专科生，也可作为从事交通运输部门管理人员、营销人员自学参考。

考试采用闭卷方式，考试范围涵盖课程大纲所要求的内容，考试内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念、理论的理解、掌握及综合运用能力。考试题型多样化，主要包括单项选择题、多项选择题、填空题、问答与分析题、论述题。

第二部分：各章自学指导

第一章 运输市场与运输市场营销

一、学习的目的和要求：

1. 了解市场的基本概念及其构成要素；
2. 掌握市场营销的基本概念及市场经营观念；

3. 理解服务和服务营销的特点；
4. 理解运输市场的构成、特征及运输市场营销相关观念。

二、重点与难点知识：

重点知识：

1. 市场的基本概念及其构成要素；
2. 市场营销的基本概念及市场经营观念；
3. 服务及服务营销的含义与特点；
4. 运输市场及运输市场营销的概念。

难点知识：

1. 市场经营观念的运用分析

三、学习安排：

1. 预习：阅读教材第一章，时间：3 小时。
2. 上课，观看光盘或 Web 课件的第一章，时间：3 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2.5 小时。

第二章 运输市场分析

一、学习目的和要求：

1. 了解企业市场营销环境概念、特点；
2. 理解营销环境与运输企业市场营销的关系；
3. 理解影响运输企业营销的宏观及微观环境因素；
4. 了解运输需求及其特征；
5. 了解货运需求和客运需求的影响因素；
6. 理解分析运输消费者购买决策过程；
7. 理解运输需求行为及其规律。

二、重点与难点知识：

重点知识：

1. 运输市场营销宏观及微观环境的构成因素；
2. 运输需求的概念及弹性分析；
3. 运输消费者购买行为模式及决策过程。

难点知识：

运输消费者的购买决策过程理解及应用。

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第 2 章，时间：2 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 1 章，时间：3 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2 小时。

第三章 运输市场调查

一、学习目的和要求：

1. 了解运输市场调查的概念、功能、内容及程序；
2. 理解询问调查法不同形式及各自优缺点，
3. 了解实验调查法及种类、各自应用条件，
4. 理解并掌握问卷的构成、问句类型，
5. 能正确设计和运用问卷进行运输市场调查

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 运输市场调查方法及特点
2. 问卷调查技术

难点知识：

1. 问卷调查技术

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第三章，时间：3 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 3 章，时间：4 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2 小时。

第四章：运输市场预测

一、学习目的和要求：

- 1 了解运输市场预测的概念、作用、内容、分类、原则和步骤
- 2 了解定性预测方法的优缺点

- 3、理解集体意见法、头脑风暴法、德尔菲法应用条件
- 4、了解定量预测方法优缺点，
- 5、了解时间序列预测法、因果分析预测法基本概念及分类。

二、重点与难点知识

重点知识：

集体意见法、头脑风暴法、德尔菲法特点及应用条件

难点知识：

集体意见法、头脑风暴法、德尔菲法特点及应用

三、学习安排：

1. 预习：你需要阅读教材第四章，时间 3 小时
2. 上课：看课件第四章，时间 3 小时
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间 3 小时

第五章 运输市场细分及目标市场选择

一、学习目的和教学要求：

1. 了解运输市场细分的概念 ；
2. 理解运输市场细分条件、方法和步骤；
3. 理解五种目标市场的选择形式；
4. 掌握三种目标市场营销策略概念及特点；
5. 理解运输产品市场定位的方式；

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 运输市场的细分条件；
2. 目标市场营销策略特点及选择的依据；
3. 运输产品市场定位的方式及定位依据

难点知识：

市场细分及定位理论实际运用。

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第 2 章，时间：2 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 1 章，时间：3 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：1 小时。

第六章：运输产品策略

一、学习目的和要求：

- 1 理解运输产品整体概念及意义
2. 了解运输产品生命周期概念、各阶段的特点、策略
3. 理解产品组合内涵、形式、策略。
4. 了解运输品牌、及其策略
5. 理解新产品的概念及其开发意义，理解新产品开发的基本步骤

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 运输产品整体概念
2. 运输新产品开发过程

难点知识：

运输产品策略应用

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第六章，时间：4 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 6 章，时间：4 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2.5 小时。

第七章：运输价格策略

一、学习目的和要求：

1. 了解运输价格含义，了解运输价格决策的影响因素；
2. 理解运输企业的定价方法；
3. 掌握运输企业的价格策略；

4. 了解收益管理的概念及基本观点。

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 运输企业定价的方法；
2. 运输企业定价策略。

难点知识：

1. 运输企业定价策略运用；

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第 2 章，时间：3 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 1 章，时间：3.5 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2 小时。

第八章：运输企业分销渠道策略

一、学习目的和要求：

1. 了解分销渠道的概念，理解运输企业分销渠道的概念、特点及类型，
2. 了解运输市场中间商概念和类型、功能，了解运输企业分销渠道设计内容，
3. 了解运输产品分销渠道系统内容，了解影响分销渠道选择因素；
4. 掌握运输企业中间商选择的分销渠道策略形式。
5. 理解运输企业分销渠道管理内容；

二、重点与难点知识：

重点知识：

1. 运输企业分销渠道选择因素分析和设计步骤，
2. 运输企业中间商选择的分销渠道策略

难点知识：

1. 运输企业分销渠道策略应用与选择

对分销渠道构成、设计步骤和管理的了解

三、学习安排：

1. 预习：你需要阅读教材第八章，时间 3 小时

2. 上课：看课件第八章，时间 3 小时
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间 3 小时

第九章：运输企业促销策略

一、学习目的和要求：

- 1 了解运输企业促销特点，
- 2 理解运输企业促销组合概念及内涵
- 3 理解运输企业广告、人员推销、营业推广、公共关系促销特点。

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 运输企业促销组合方式特点

难点知识：

1. 运输企业促销策略运用

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第九章，时间：3 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 3 章，时间：3 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2 小时。

第十章：运输企业网络营销

一、学习目的和要求：

1. 了解网络营销的概念和特点
2. 了解运输企业网络营销的概念和特点
3. 了解运输企业各网络营销策略

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 网络营销的概念和特点
2. 运输企业网络营销的概念和特点

难点知识：

1. 运输企业网络营销策略

三、学习安排：

1. 预习：你需要阅读教材第十章，时间 3 小时
2. 上课：看课件第十章，时间 3 小时
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间 3 小时

第十一章:运输市场营销管理

一、学习目的和要求：

- 1 了解运输企业战略规划的内容和步骤，
- 2 了解运输企业营销组织的组织形式，
- 3 理解运输企业市场营销过程；
- 4 掌握运输企业营销计划主要内容。

二、重点与难点知识

重点知识：

1. 运输市场营销计划的内容
2. 运输市场营销组织形式及特点

难点知识：

1. 现代企业营销部门的组织形式及特点

三、学习安排

1. 预习：你需要阅读教材第十一章，时间：4 小时。
2. 上课：观看光盘或看 web 课件的第 11 章，时间：4 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：2 小时。

第十二章 运输市场营销信息系统

一、学习的目的和要求：

1. 了解运输市场营销信息及运输市场营销信息系统的概念；
2. 了解运输市场营销信息的分类和特征；
3. 了解运输市场营销信息系统的组成；

二、重点与难点知识

重点知识：

运输市场营销信息系统的涵义、组成

难点知识：

运输市场营销信息系统的组成

三、学习安排：

1. 预习：阅读教材第 12 章，时间：2 小时。
2. 上课，观看光盘或 Web 课件的第 12 章，时间：2 小时。
3. 复习及作业：复习并完成作业，时间：1 小时。