

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	国际市场营销				
课程代码	2020334	课程序号	5995/9041 /6009 /6027	课程学分/学时	2/32
授课教师	王青海	教师工号	09011	专/兼职	专职
上课班级	英语 B21-4 英语 B21-5 英语 B21-6 英语 B21-7	班级人数	B21-4: 27 B21-5: 26 B21-6: 27 B21-7: 30	上课教室	三教 309
答疑安排	周三下午 4: 00-6: 00, 外国语大楼 217				
课程号/课程网站	英语 B21-4: 7191215; 英语 B21-5: 5755730; 英语 B21-6: 8761213; 英语 B21-7: 9746623 https://www.mosoteach.cn/				
选用教材	《营销管理原理》英文版第 17 版, 菲利普·科特勒等著, 清华大学出版社, 2018				
参考教材与资料	1.《市场营销学》第四版, 徐鼎亚著, 复旦大学出版社, 2008 2.《市场营销》第 11 版, 路易斯·布恩著, 人民邮电出版社, 2002				

二、课程教学进度安排

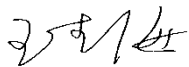
课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	Course Overview	讲课	课外
2	2	Analyzing the Ever-changing Marketing Environment	讲课	课外
3	2	Marketing Research and Information Systems-1	讲课	课外
4	2	Marketing Research and Information Systems-2	讲课	课外
5	2	Consumers & Their Buying Behaviors-1	讲课	课外

6	2	Consumers & Their Buying Behaviors-2	讲课	课外
7	2	Consumers & Their Buying Behaviors-3	讲课	课外
8	2	Marketing Segmenting, Targeting & Positioning	讲课	课外
9	2	Product Planning & Management	讲课	课外
10	2	Pricing Objectives & Strategies	讲课	课外
11	2	Place & Distribution Channel management-1	讲课	课外
12	2	Place & Distribution Channel management-2	讲课	课外
13	2	Retailers, Wholesalers and Their Strategy Planning	讲课	课外
14	2	Promotion by Integrated Marketing Communications-1	讲课	课外
15	2	Promotion by Integrated Marketing Communications-2	讲课	课外
16	2	Revision	讲课	

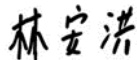
三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
1	期末考查（开卷）	55%
X1	撰写营销计划书	15%
X2	阶段论文	15%
X3	阶段论文	15%

任课教师:



系主任审核:



(签名)

日期:

2024. 1