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 | 2020101 | 课程序号 | 5849、5880 | 课程学分/学时 | 2/32 |
| 授课教师 | 李艳 | 教师工号 | 21123 | 专/兼职 | 专职 |
| 上课班级 | 英语B22-3、4英语B22-5、6 | 班级人数 | B22-3、4：39B22-5、6：41 | 上课教室 | 三教216 |
| 答疑安排 | 周一下午7-8节，外国语334 |
| 课程号/课程网站 |  英语 B22-3/4:3061084英语B22-5/6: 5461921 https://www.mosoteach.cn/web |
| 选用教材 | 《市场营销原理》英文版第18版，菲利普.科特勒等著，清华大学出版社，2024 |
| 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，20082.《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 | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；预习下一课内容 |
| 2 | 2 | Analyzing the Ever-changing Marketing Environment | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 3 | 2 | Marketing Research and Information Systems-1 | 课堂讲授、探讨与案例分析 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 4 | 2 | Marketing Research and Information Systems-2 | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 5 | 2 | Consumers & Their Buying Behaviors-1 | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 6 | 2 | Consumers & Their Buying Behaviors-2 | 课堂讲授、探讨与案例分析 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 7 | 2 | Marketing Segmenting, Targeting & Positioning-1 | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 8 | 2 | Marketing Segmenting, Targeting & Positioning-2 | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 9 | 2 | Product Planning & Management | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 10 | 2 | Pricing Objectives & Strategies | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 11 | 2 | Place & Distribution Channel management-1 | 课堂讲授、探讨与练习 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 12 | 2 | Place & Distribution Channel management-2 | 讲授、研讨会与课堂实践 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 13 | 2 | Retailers, Wholesalers and Their Strategy Planning | 讲授、研讨会与课堂实践 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 14 | 2 | Promotion by Integrated Marketing Communications-1 | 讲授、研讨会与案例分析 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 15 | 2 | Promotion by Integrated Marketing Communications-2 | 课堂讲授、探讨与案例研究 | 复习本次讲座要点；完成相关练习；预习下一课内容 |
| 16 | 2 | Revision and Quiz  | 复习与随堂测试 | 测试  |

三、考核方式

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成 | 考核方式 | 占比 |
| X1 | 营销计划制作 | 20% |
| X2 | 阶段论文1 | 15% |
| X3 | 阶段论文2 | 15% |
| X4 | 随堂测试 | 50% |

任课教师： 系主任审核：  （签名） 日期： 2025.02.20