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 | 1020077 | 课程序号 | 5912/5918 | 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B21-10（专升本）英语B21-11（专升本） | 班级人数 | B21-10：48B21-11：47 | 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 | B21-10：4933170；B21-11：2057628；<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，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 | 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：  日期： 2024.1