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 | 6061,6076,5949 | 课程学分/学时 | 2/32 |
| 授课教师 | 徐佳琦 | 教师工号 | 13792 | 专/兼职 | 兼职 |
| 上课班级 | 英语B21-8, 9, 12 | 班级人数 | 50, 48, 47 | 上课教室 | 三教307, 308四教207 |
| 答疑安排 | 周一 1-2节， 地点：外院218 |
| 课程号/课程网站 | 英语B21-8：8122422 英语B21-9：2746981 英语B21-12：4699891 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**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | Course Overview | 讲课 | 课外 |
| 2 | Marketing mix and SWOT Analysis | 讲课 | 课外 |
| 3 | Analyzing the Ever-changing Marketing Environment | 讲课 | 课外 |
| 4 | Marketing Research and Information Systems-1 | 讲课 | 课外 |
| 5 | Marketing Research and Information Systems-2 | 讲课 | 课外 |
| 6 | Consumers & Their Buying Behaviors-1 | 讲课 | 课外 |
| 7 | Consumers & Their Buying Behaviors-2 | 讲课 | 课外 |
| 8 | Marketing Segmenting, Targeting & Positioning | 讲课 | 课外 |
| 9 | Product Planning & Management | 讲课 | 课外 |
| 10 | Pricing Objectives & Strategies | 讲课 | 课外 |
| 11 | Place & Distribution Channel management-1 | 讲课 | 课外 |
| 12 | Place & Distribution Channel management-2 | 讲课 | 课外 |
| 13 | Retailers, Wholesalers and Their Strategy Planning | 讲课 | 课外 |
| 14 | Promotion by Integrated Marketing Communications-1 | 讲课 | 课外 |
| 15 | Promotion by Integrated Marketing Communications-2 | 讲课 | 课外 |
| 16 | Final Test | 考核 |  |
| 17 | 考试周 |  |  |

三、考核方式

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 |
| 1 | 55% | 期末考试（开卷） |
| X1 | 15% | 撰写营销计划书 |
| X2 | 15% | 阶段论文1 |
| X3 | 15% | 阶段论文2 |

任课教师： 系主任审核： （签名） 日期：2024.1