上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2060136 | 课程名称 | 市场营销 |
| 课程学分 | 2.0 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 吴晓惠 | 教师邮箱 | wxhpq417@163.com |
| 上课班级 | 秘书学B18-1班 | 上课教室 | 二教407 |
| 答疑时间 | 周三下午7-8节，周四11：30-13点 |
| 主要教材 | 市场营销学（精要版）（第二版），吴健安等，高等教育出版社 |
| 参考资料 |  市场营销学（第4版），吴泗宗主编，清华大学出版社 |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | **第1单元 市场营销导论**1.1 市场营销与市场营销学1.2 市场营销学产生与发展 | 讲课+讨论+习题 |  |
| 2 | 1.3市场营销学哲学1.4顾客满意与顾客忠诚1.5企业价值链与供销价值链 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
| 3 | 课堂展示：绿色营销分析 | 习题 | X3课堂展示：绿色营销分析 |
| 5 | **第3单元 市场营销环境**1.1营销环境及特征1.2微观营销环境 | 讲课+讨论+习题 |  |
| 6 | 1.3宏观营销环境1.4 环境分析与营销对策课堂练习：SWOT分析 | 习题 | 1. 课堂练习：SWOT分析

 2、网络作业 |
| 7 | **第4单元 购买者行为分析**1.1 消费者购买决策过程及其参与者 | 讲课+讨论+习题 |  |
| 8 | 1.2 影响消费者购买行为的因素 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
| 9 | **第5单元 市场营销调研与预测**1.1市场营销信息系统1.2市场营销调研 | 讲课+讨论+习题 | 课堂练习：设计问卷 |
| 10 | **第6单元 目标市场营销战略**1.1市场细分1.2目标市场选择1.3市场定位步骤与战略 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
| 11 | 第2单元 战略规划与营销管理 1.1战略与企业战略1.2总体战略 1.3经营战略1.4营销过程与管理 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
| 12 | **第7单元 竞争性市场营销战略**1.1竞争者分析1.2市场领导者战略1.3市场挑战者战略1.4 市场追随者与市场利基者战略 | 分组讨论 | 网络作业 |
| 13 | 第8单元 产品策略1.1 产品与产品分类1.2包装与包装策略1.3 产品组合及优化 | 讲课+讨论+习题 |  |
| 14 | 1.4 产品生命周期1.5 新产品开发补充：品牌策略 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
|  15 | 第9单元 定价策略1.1 影响定价的主要因素1.2 定价的基本策略1.3 价格调整及价格变动反应 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
|  16 | **第10单元 分销策略**1.1 分销渠道的职能和类型1.2分销渠道策略1.3批发商与零售商1.4 物流策略 | 讲课+讨论+习题 | 网络作业 |
| 17 | **第11单元 促销策略**1.1促销与促销组合1.2人员推销1.3公共关系1.4营业推广1.5广告策略 | 讲课+讨论+习题 |  交：小组项目报告：某产品营销策略分析报告（含调查问卷、统计数据、STP及4Ps分析） |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 小组项目报告：某产品营销策略分析报告（含调查问卷、统计数据、STP及4Ps分析） | 40% |
| X1 | 平时成绩（出勤、平时练习） | 20% |
| X2 | 网络作业 | 20% |
| X3 | 小组PPT展示：绿色营销案例分析 | 20% |

任课教师： 系主任审核： 日期：2020/09/05