

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	市场营销				
课程代码	0060297	课程序号	2359	课程学分/学时	2 学分/32 学时
授课教师	郑燕	教师工号	24015	专/兼职	专职
上课班级	国商 24-2	班级人数	34	上课教室	二教 304 (4-16 周) 二教 103 (17-19 周)
答疑安排	时间：每周三 11:00---11:30 地点：职教院 424 18096601257				
课程号/课程网站	国商 24-2 云班号 2695628				
选用教材	市场营销学 张亮主编 湖南师范大学出版社 2020				
参考教材与资料	现代市场营销 肖润松主编 高等教育出版社				

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	单元一 认识市场营销 1.1 理解市场营销的核心概念 1.2 把握正确的市场营销观念 1.3 了解市场营销组合策略	理论授课、 资料搜集	
2	2	单元二 分析市场营销环境 2.1 系统认识市场营销环境 2.2 分析微观市场营销环境 2.3 分析宏观市场营销环境 2.4 分析市场营销环境的方法	理论授课、 案例分析、 课堂讨论	
3-4	4	单元三 分析消费者行为 3.1 消费者需求与购买动机分析	理论授课、 案例分析、 课堂讨论	

		3.2 分析消费行为		
5-6	4	单元四 目标市场营销 4.1 市场细分 4.2 选择目标市场 4.3 市场定位	理论授课、 案例分析、 课堂讨论	
7-8	4	单元五 产品策略 5.1 产品与产品组合决策 5.2 产品生命周期决策 5.3 新产品开发决策 5.4 产品的品牌与包装决策 5.5 服务与产品支持决策	理论授课、 案例分析、 课堂讨论	
9-10	4	单元六 价格策略 6.1 掌握定价理论 6.2 分析影响定价的因素 6.3 定价的基本方法 6.4 价格策略制定 6.5 价格变动应对	理论讲授、 案例分析 小组汇报 展示	习题讲解 随堂练习
11-12	4	单元七 渠道策略 7.1 了解分销渠道的概念与类型 7.2 设计与选择分销渠道 7.3 分销渠道的管理	理论授课、 案例分析、 课堂讨论	
13-14	4	单元八 促销策略 8.1 设计促销组合 8.2 策划人员推销 8.3 策划广告策略 8.4 策划公共关系策略 8.5 策划营销推广策略	理论授课、 案例分析、 课堂讨论	
15	2	单元九 网络营销带来新的契机 9.1 认识网络营销 9.2 掌握网络营销的基本工具	理论授课、 资料搜集	

16	2	<p>单元十 市场营销活动管理</p> <p>10.1 制定市场营销计划</p> <p>10.2 设计市场营销组织</p> <p>10.3 营销执行与营销控制</p>	理论授课、 资料搜集	随堂测试
----	---	---	---------------	------

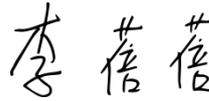
三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
1	40%	期末开卷考试
X1	20%	自学笔记
X2	20%	小组展示作业
X3	20%	出勤+日常综合表现

任课教师:



系主任审核:



日期: 24.9.1