

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	1060144	课程序号	2340	课程学分/学时	2/32
授课教师	章博奕	教师工号	23020	专/兼职	专职
上课班级	德语 B21-2	班级人数	27	上课教室	三教 205
答疑安排	周五下午 14:00-17:00				
课程号/课程网站					
选用教材	《国际市场营销学》(第4版), 李威、王大超, 机械工业出版社				
参考教材与资料	《国际市场营销学》, 菲利普 R. 凯特奥拉(Philip R. Cateora), 机械工业出版社				

二、课程教学进度安排

周次	教学内容	教学方式	作业
1	第1单元 国际市场营销理论基础 1.1 市场营销基本范畴 1.2 国际市场营销基本范畴 1.3 与国际市场营销相关的国际经济组织	讲课+讨论	网络作业
2	第2-5单元 国际市场营销环境 1.1 国际市场营销的政治环境与法律环境 1.2 国际市场营销的经济环境	讲课+讨论	

3	1.3 国际市场营销的文化与社会环境 1.4 国际市场营销的科技环境	讲课+讨论+习题	课堂练习：SWOT 分析
4	第6单元 中国市场及消费者分析 1.1 中国市场及其营销特征 1.2 中国市场的营销环境	讲课+讨论+习题	
5	1.3 中国市场的消费者行为 1.4 中国营销新趋势	操作	网络作业
6	第7单元 国际市场营销调研 1.1 国际市场营销调研的基本概念及内容 1.2 国际市场营销调研的程序和方法 1.3 国际市场营销信息系统	讲课+讨论+习题	
8	1.4 国际市场营销调研的挑战 1.5 国际市场营销调研中需要注意的问题	演示	课堂练习：设计问卷
9	第8单元 国际市场细分战略 1.1 国际市场细分	案例分析	
10	1.2 国际目标市场选择 1.3 国际目标市场定位	演示+讲课+讨论	网络作业
11	补充 国际市场营销竟	引导探究+演示	X3 小组 PPT 演示国际营销竞争分析

	争分析、发展战略分析 1.1 国际营销竞争的特点与类型 1.2 国际营销竞争战略		
12	1.3 国际营销发展战略	讲课+讨论+习题	网络作业
13	第 10 单元 国际市场营销的产品策略 1.1 产品及相关概念 1.2 国际市场营销的产品决策 1.3 国际市场营销的品牌决策 1.4 国际市场营销的产品包装策略	讲课+讨论	网络作业
14	第 11 单元 国际市场营销的定价策略 1.1 国际产品价格的构成 1.2 影响国际定价的因素 1.3 国际市场营销的定价策略	讲课+讨论+习题	网络作业
15	第 12 单元 国际市场营销的渠道策略 1.1 国际营销渠道 1.2 影响国际营销渠道选择的因素 1.3 国际营销渠道决策 1.4 互联网与电子商务	实验	网络作业
16	第 13 单元 国际市场营销的促销策略	讲课+讨论+习题	网络作业

	1.1 国际促销与整合营 销传播 1.2 国际公共关系 1.3 国际广告 1.4 其他销售手段		
周次	教学内容	教学方式	作业

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
1	开卷考试	60%
X1	出勤考核（点名及 课堂反馈）	10%
X2	课堂练习（习题与 案例分析）	10%
X3	课外练习（个人或 小组项目）	20%

任课教师：



（签名）



系主任审核：

（签名）

日期：2024年2月20日