

授 课 计 划

2020—2021 学 年 春 季

课 程	名称	市场营销实务		代码			课程类型（理论/实践）	理实一体
	考核方式（考试）		考试		课程性质（必修/限选/任选）		必修	
	是否精品课程		否		是否核心课程		是	
授课班级/人数								
教 材	名称	市场营销项目化教程			出 版 社		上海交通大学出版社	
	作者			是否高职高专教材	是	版本时间	2019.8	
	教材性质(国规/校本/其它)				应用型人才培养“十三五”精品规划教材 自编			
参 考 资 料	1. 2.							
授 课 教 师	姓名	***			职称	***		
	授课任务(主讲/辅教)		**		所属院部	***学院		
	教务系统工号		***		信息采集平台工号	****		

任课教师： ****

填报时间： 2023 年 2 月 18 日

教研室主任： ****

系（部、院）意见：

注：本计划总表连同课程教学设计和授课计划一式四份，教务处、系（院、部）、教研室、教师本人各一份。

课 时 安 排

周次	授课时间	授课地点	授 课 内 容	学时	备注
1	4.28 1-2 节		课程导入		
			任务 1.1 理解市场与市场营销		
2			任务 1.2 洞悉市场营销新发展		
			任务 2.1 了解团队，组建团队		
3			任务 2.2 团队合作障碍		
			任务 3.1 营销环境概述		
4			任务 3.2 营销活动宏观环境要素分析		
			任务 3.3 营销活动微观环境要素分析		
5			任务 4.1 辨识消费者（一）		
			任务 4.1 辨识消费者（二）		
6			任务 4.2 研判竞争者（一）		
			任务 4.2 研判竞争者（二）		
7			任务 5.1 进行市场细分（一）		
			任务 5.1 进行市场细分（二）		
8			任务 5.2 选择目标市场		
			任务 5.3 明确市场定位		
9			任务 6.1 理解产品的相关概念		
			任务 6.2 进行新产品开发		
10			任务 6.3 品牌与包装设计		
			任务 7.1 掌握产品定价目标和影响因素		
合 计				64	