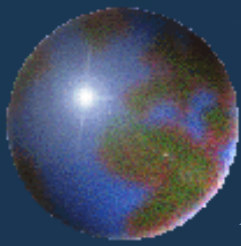


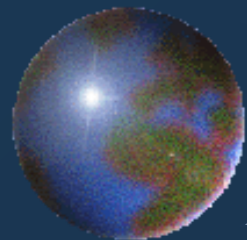
# 国际市场营销 说课





# AGENDA

- 课程教学目标
- 教学内容选择
- 课程资源建设
- 教学方法改革
- 学习评价方法



# 一、课程教学目标

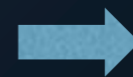
- ★ 专业必修课
- ★ 48课时

掌握国际市场营销基本原理  
了解国际市场营销基本原则  
懂得解决实际问题的方法  
培养分析与解决实际问题的能力

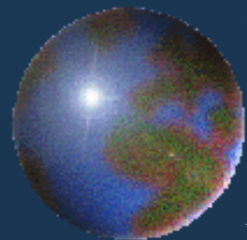
- ★ 实践导向机制

学通

创新



独特性



## 二、教学内容选择

PEST宏观分析

政治法律分析

经济分析

社会文化分析

科技分析（略）

营销战略

战略规划（包括竞争）

STP设计

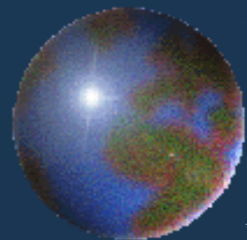
4P组合策略

产品策略

价格策略

分销策略

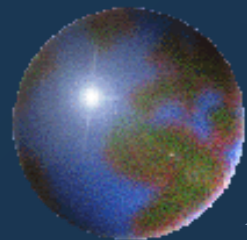
促销策略



## 三、课程资源建设

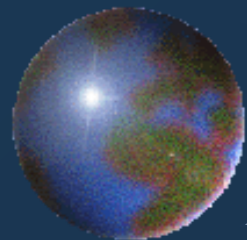
- ★ 教材选择：国家级规划教材
- ★ 网络资源：财经公众号
- ★ 实践体检：四号门外开餐饮店
- ★ 速卖通开网店





## 四、教学方法改革

- ★ “创设” 教学模块
- ★ 人：自主性，自我管理，自身创造
- ★ 过程：要求按照创设框架，体验过程
- ★ 产品：评价学生成果，纠偏学生的理想思维与营销实践
- ★ 压力：营造创造氛围，限时，加分激励



## 五、学习评价方法

- ★ 多元化、多维度的课程考试考核
- ★ 60%期末+40%平时
- ★ 40%的平时分来自作业

30% 创新性  
20% 应用价值  
20% 科学性  
20% 工作量  
10% 创设规范