

## MKT631 新经济时代的市场营销

等级： 6

学分： 5 学分

语言： 英语（配备中文同传）

上课模式： 每年 7 月份开学

### 概要：

课程《新经济时代的市场营销》重点是提供给学生成功的营销管理所需要了解的营销管理原则。本课程旨在让学生了解制定、实施和控制营销计划时所涉及的关键决策过程。该课程所选议题是基于营销人员在当今商业环境中需要做出的战略营销决策。其中包括理解市场细分、目标市场和市场定位；消费者个人和组织如何在数字互联互通的世界中做出决策；以及在不断变化的市场形势下涉及营销组合的策略。

### 主题：

- 市场营销管理过程
- 消费者和组织市场及购买行为
- 研究和衡量市场机会
- 市场细分与定位
- 差异化与定位
- 产品和定价决策
- 分销渠道决策
- 综合促销决策
- 数字网络世界的营销策略
- 新兴市场和成长市场的营销策略
- 成熟市场和衰退市场的营销策略
- 实施和控制营销计划
- 营销伦理

### 教材：

John W Mullins & Orville C Walker, Jr: Marketing Management: A Strategic Decision Making  
Approach 8 Mcgraw Hill

ISBN-13: 9780071326377

## 学习成果:

- 评估市场营销在制定成功商业战略中的作用
- 评估市场机会
- 比较消费者、市场组织和购买行为
- 评估并提出营销组合决策
- 针对特定情况设计战略营销计划
- 组织和计划营销活动的有效实施和控制
- 评估营销中的道德问题
- 将营销原则和实践应用于真实和假设的情况
- 综合信息并将其应用于特定的营销方案
- 展示必要的基础知识和人际交往技巧，以有效地开展团队合作
- 展示写作能力
- 准备与营销管理相关的演讲

## 评估策略:

<b>Continuous Assessment Component</b> 持续评估部分	<b>Weightage (%)</b> 权重 (%)
QUIZ 单选题集	10
PARTICIPATION 课堂参与表现	20
<b>Sub-Total</b> 合计	<b>30</b>

<b>Examinable Component</b> 考试部分	<b>Weightage (%)</b> 权重 (%)
ECA 课后考试作业	70
<b>Sub-Total</b> 合计	<b>70</b>

**Weightage Total**  
总体课程权重合计 **100**