

科目编号	MM5765
科目名称	市场营销
学分	3
等级	5
修读限期	1 个学期
先修科目/ 须同时修读科目/ 相斥科目	无
科目目标	<p>本 MBA 科目会介绍营销的理论与实践，旨在让学生掌握市场环境与市场营销策略组合（产品，价格，促销与分销）的知识与见解。本科目也会介绍当下广泛的市场营销主题，如数字营销、客户关系管理（CRM）、品牌资产管理和全渠道管理。在本科目中，学生将接触到消费者行为和营销策略的复杂性问题，而这都是作为营销经理必须了解的概念，有助做出有效的决定。</p> <p>本科目旨在强化学生应用理论的能力及处理实际营销问题的能力，运用所学概念与技巧分析营销个案（批判性思考与决策-MBA 学习成果 1）。本科目亦旨在培养学生制定有创意且有效的营销策略，能够在当今竞争市场中取得成功(创新思维-MBA 学习成果 3)，让学生提升表达合理论据的能力。</p>
预期学习成果	<p>完成本科目后，学生应能够：</p> <ol style="list-style-type: none"> 阐述主要的市场营销概念与策略，并应用决策工具制定营销方案； 推荐最佳的市场营销组合，包括市场细分、市场目标与市场定位； 设计营销活动以实现营销目标，评核其在本土与国际市场中营销绩效的影响； 说明最新技术在设计及实行营销策略中的应用
科目概要/ 教学内容	<ul style="list-style-type: none"> • 市场营销基础 • 消费者行为学 • 产品与创新 • 品牌推广 • 广告与社交媒体 • 分销与管道 • 客户关系管理

授课/学习方式	本科目以课堂授课为主，辅以个案讨论及小组项目/个案分析报告，学生通过个案研究理解市场学概念，从而做出专业判断以解决复杂的现实营销问题。本科目要求学生积极主动参与课堂。																																																											
配合预期学习成果的评分方法	<table border="1" data-bbox="517 412 1541 1173"> <thead> <tr> <th data-bbox="517 412 895 636" rowspan="2">评分方法/作业</th> <th data-bbox="895 412 1038 636" rowspan="2">% 比例</th> <th colspan="5" data-bbox="1038 412 1541 555">所评核的「预期学习成果」 (以✓标示)</th> </tr> <tr> <th data-bbox="1038 555 1139 636">a.</th> <th data-bbox="1139 555 1240 636">b.</th> <th data-bbox="1240 555 1340 636">c.</th> <th data-bbox="1340 555 1441 636">d.</th> <th data-bbox="1441 555 1541 636"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="517 636 895 719">持续评核*</td> <td data-bbox="895 636 1038 719">50%</td> <td data-bbox="1038 636 1139 719"></td> <td data-bbox="1139 636 1240 719"></td> <td data-bbox="1240 636 1340 719"></td> <td data-bbox="1340 636 1441 719"></td> <td data-bbox="1441 636 1541 719"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="517 719 895 801">1. 课堂参与贡献</td> <td data-bbox="895 719 1038 801">10%</td> <td data-bbox="1038 719 1139 801">✓</td> <td data-bbox="1139 719 1240 801">✓</td> <td data-bbox="1240 719 1340 801">✓</td> <td data-bbox="1340 719 1441 801">✓</td> <td data-bbox="1441 719 1541 801"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="517 801 895 884">2. 个人作业</td> <td data-bbox="895 801 1038 884">15%</td> <td data-bbox="1038 801 1139 884">✓</td> <td data-bbox="1139 801 1240 884">✓</td> <td data-bbox="1240 801 1340 884">✓</td> <td data-bbox="1340 801 1441 884">✓</td> <td data-bbox="1441 801 1541 884"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="517 884 895 1010">3. 小组项目/个案分析报告</td> <td data-bbox="895 884 1038 1010">25%</td> <td data-bbox="1038 884 1139 1010">✓</td> <td data-bbox="1139 884 1240 1010">✓</td> <td data-bbox="1240 884 1340 1010">✓</td> <td data-bbox="1340 884 1441 1010">✓</td> <td data-bbox="1441 884 1541 1010"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="517 1010 895 1093">期末考试</td> <td data-bbox="895 1010 1038 1093">50%</td> <td data-bbox="1038 1010 1139 1093">✓</td> <td data-bbox="1139 1010 1240 1093">✓</td> <td data-bbox="1240 1010 1340 1093">✓</td> <td data-bbox="1340 1010 1441 1093"></td> <td data-bbox="1441 1010 1541 1093"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="517 1093 895 1173">合共</td> <td data-bbox="895 1093 1038 1173">100%</td> <td colspan="5" data-bbox="1038 1093 1541 1173"></td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="517 1234 1406 1272">*持续评核中的评分方法/作业比重或有差异，具体取决于讲师。</p> <p data-bbox="517 1294 1054 1332">科目学习成果评估方法有效性的说明：</p> <p data-bbox="517 1355 1541 1637">所有评分方法均可评估学习成果 1 及 3。具体来说，个人作业(评分方法 2)包含个人报告或反思，要求学生识别市场营销问题，制定有创意的解决方案，同时考虑解决方案设计与交付问题（学习成果 3）。小组项目要求学生作为团队对自选或指定个案进行分析报告（学习成果 1 及 3）。期末考试要求学生能理解并有效运用市场营销学的分析和决策方法（学习成果 1 及 3）。</p> <p data-bbox="517 1659 1541 1742">为反映科目中的重要技术内容，10%或以上的科目分数将以技术相关的个人评核为评分标准。</p>						评分方法/作业	% 比例	所评核的「预期学习成果」 (以✓标示)					a.	b.	c.	d.		持续评核*	50%						1. 课堂参与贡献	10%	✓	✓	✓	✓		2. 个人作业	15%	✓	✓	✓	✓		3. 小组项目/个案分析报告	25%	✓	✓	✓	✓		期末考试	50%	✓	✓	✓			合共	100%					
评分方法/作业	% 比例	所评核的「预期学习成果」 (以✓标示)																																																										
		a.	b.	c.	d.																																																							
持续评核*	50%																																																											
1. 课堂参与贡献	10%	✓	✓	✓	✓																																																							
2. 个人作业	15%	✓	✓	✓	✓																																																							
3. 小组项目/个案分析报告	25%	✓	✓	✓	✓																																																							
期末考试	50%	✓	✓	✓																																																								
合共	100%																																																											
学习所需课时	授课：																																																											
	▪ 课堂授课		39 小时																																																									
	其他学习：																																																											

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 课堂准备 	42 小时
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 作业/小组项目及报告/考试准备 	54 小时
	合共学习所需课时	135 小时
参考书目	<p>Chernev, Alexander. <i>Strategic Marketing Management: The Framework</i>, Cerebellum Press, 2019.</p> <p>Kartajaya, Hermawan, Iwan Setiawan, and Philip Kotler. <i>Marketing 5.0: Technology for Humanity</i>, Wiley, 2021.</p> <p>Kotler, Philip and Gary Armstrong. <i>Principles of Marketing</i>, Pearson, 2020.</p> <p>Kotler, Philip and Kevin Keller. <i>Marketing Management, Global Edition</i>, Pearson, 2021.</p>	

August 2024