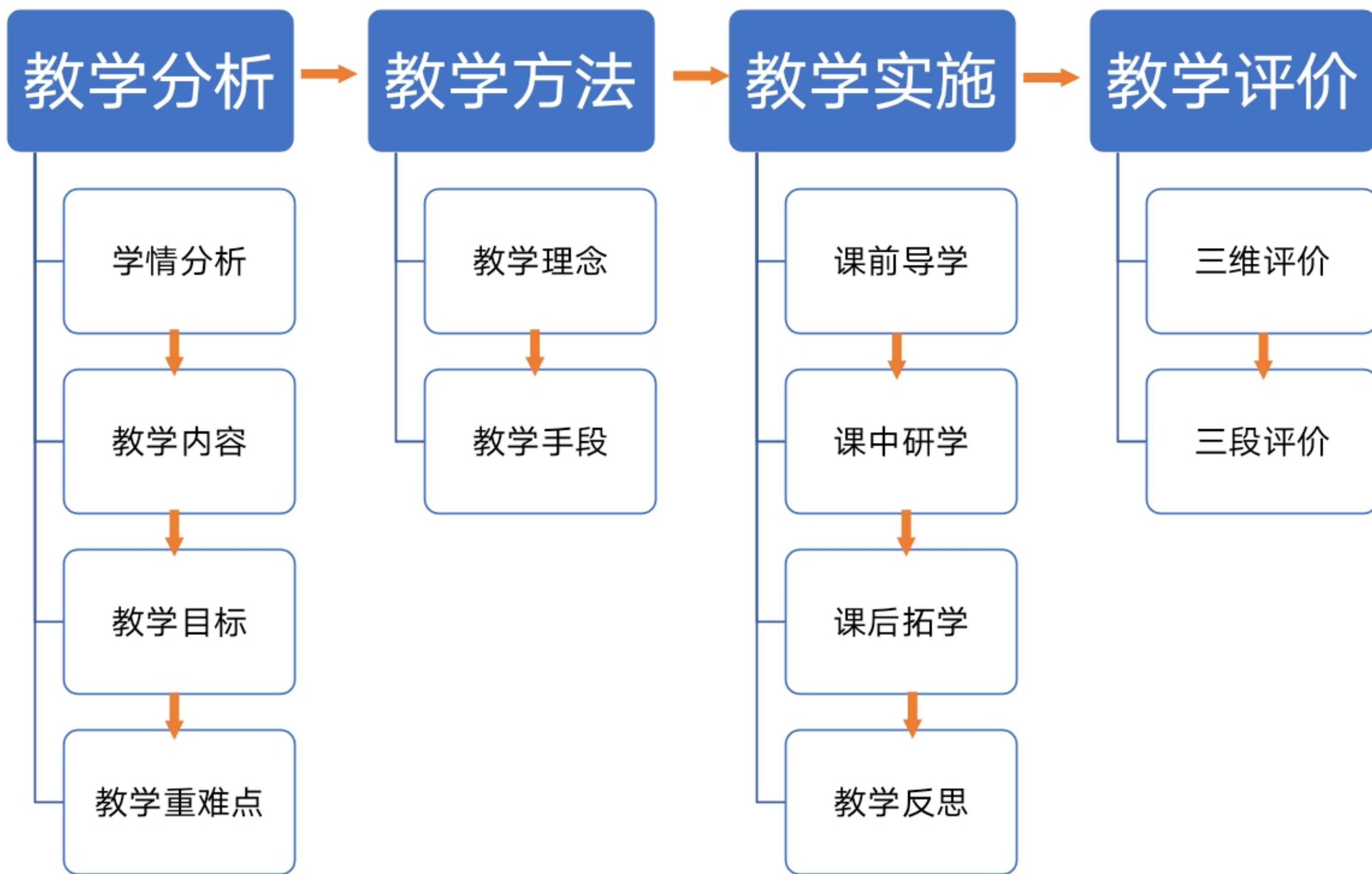


微 观 里 的
宏 观





个性特征分析

- ✓ 学习态度、习惯基本养成，熟悉掌握了一定学习技能，具备较好的自学能力和动手能力。
- 可通过安排课前、课后学习任务弥补课时较少的不足。



- ✓ 学生团队意识逐步建立，可以较快理解市场营销小组合作思想。
- 可安排以小组为单位开展项目。

- ✓ 学生已对职场有初步的认识（已完成企业见习周的学习。）
- 可安排真实市场环境进行实践。

知识储备分析

1. 如何正确定义“市场营销”这个概念？
2. 什么才是流行的“市场营销观点”？
3. 如何正确运用不同的市场营销观点分析案例？



1. 已了解市场环境分析的重要性及主要模型。
2. 已掌握基础的词汇句型。
3. 已掌握信息搜索及分析能力。

1. 无法深入理解宏观环境与微观环境的联系。
2. 对市场环境的分析不够深入。
3. 专业术语运用不够恰当。

- ◆ Textbook: 《国际市场营销》
- ◆ Module 1 :
Marketing Environment
- ◆ Workshop 2 :
Macro- and Micro-Marketing Environment
- ◆ Periods: 2 Periods

Module	Lecture topic
1	Introduction to Marketing
2	Marketing environments
3	Marketing research
4	Consumer behaviour
5	Segmentation, targeting and positioning
6	Product & Services Strategy
7	Pricing Strategy
8	Place Strategy
9	Promotion - IMC
10	Marketing mix review
11	International Market Entry
12	Marketing Plan
13	Start Your Business
14	Course review and exam preparation

教学目标

01
教学分析

02
教学方法

03
教学实施

04
教学评价

知识目标

- 1.掌握环境分析的主要模型PESTEL和Porter's Five Forces;
- 2.掌握环境分析的主要术语及用词;
- 3.了解COVID-19事件对市场营销的影响。

能力目标

- 1.合理选择适当的环境分析模型进行市场环境分析;
- 2.阅读环境分析案例并理解运用。

素养目标

- 1.职业素养:
像“市场经理人”一样思考 (Think like a marketer) ;
- 2.信息素养:
搜索、分析、加工信息;
- 3.人文素养:
团队合作、自主学习、工匠精神,

核心价值

- 1.爱国情怀: 人类命运共同体。
- 2.职场素养: 把握市场环境变化所带来的机会。
- 3.国际视野: 理解跨文化沟通中社会文化环境与价值观的差异。

重点

- 掌握市场环境分析包含的主要内容。
- 掌握环境威胁与市场营销机会之间的关系。

难点

- 明确市场营销环境的复杂性与动态性。
- 明确环境威胁与市场营销机会之间的可转换关系。
- 明确“人类命运共同体”的深刻含义。

教学理念

- “学以致用、知行并进”，以就业为导向、能力为本位、职业实践为核心。充分利用信息化手段及教学资源，营造智慧环境，将多个教学任务贯穿到**课前导学、课中研学、课后拓学**三个教学环节，加强专业教育，强化实践教育，促进知行合一。

学习策略

- 以学生为主体，以教师为主导，通过逐层推进的深度学习策略五步法“**学思践评悟**”，“得其门而入，悟其道而出”，达到学习成果。

教学手段

01
教学分析

02
教学方法

03
教学实施

04
教学评价

智慧环境

网络资源

蓝墨云

思维导图

以教师
为主导

课前导学

学

自学自查

思

案例分析

以学生
为主体

课中研学

思

头脑风暴

思

案例分析

践

业务实践

评

点评总结

课后拓学

践

市场报告

悟

领悟反思

课前导学

- 课前自学-教学资源Lecture 2
- 案例分析-教学资源Lecture 2 Case Study
- 头脑风暴-教学资源Lecture 2 Major social influences

课中研学

- 头脑风暴-教学资源 Workshop 2 Economic Environment Analysis
- 案例分析-教学资源 Workshop 2 Case Study Costco
- 头脑风暴-教学资源 Workshop 2 Digital Technology
- 案例分析-教学资源 Workshop 2 the impact of COVID-19 on marketing
- 业务实践-教学资源 Workshop 2 Chinese Marketing Environment

课后拓学

- 业务实践-教学资源 Assignment 2 Report on Chinese Marketing Environment
- 领悟反思-教学资源 Workshop 2 Mind map

任务类型	任务内容	设计意图
Case Study	Kodak	通过这个活动，让学生理解市场环境变化所带来的“蝴蝶效应”。
Brainstorming	What major social influences is impacting the world? What businesses might this influence? Disadvantage? Advantage?	通过自主调查，让学生了解全球热点新闻所带来的变化。

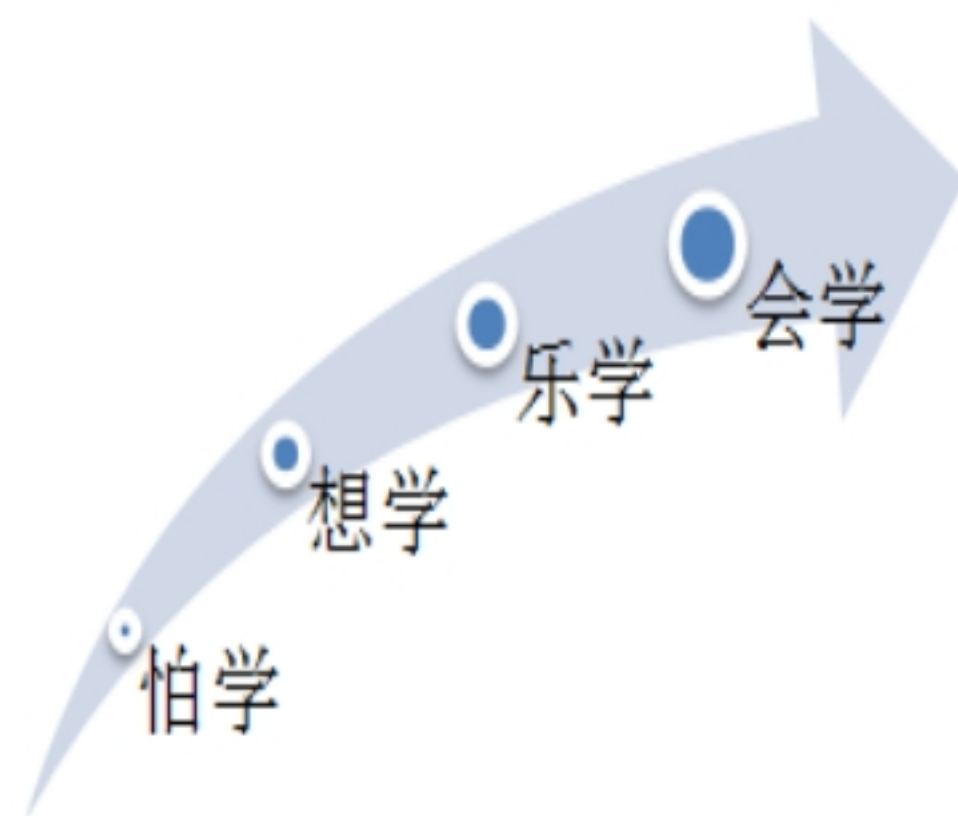
任务类型	任务内容	设计意图
Brainstorming	If you suddenly lost a big part of your income, what would be the first things you give up?	通过头脑风暴活动，让学生理解宏观经济环境和个人消费行为的关系。
Case Study	当“独特”的Costco遇到中国零售大市场 Can you identify some cultural values that are very different between China and other cultures?	通过案例分析的方法，让学生理解Socio-cultural environment对市场营销的重要性。
Brainstorming	What influences does digital technology have on marketing?	通过头脑风暴活动，让学生理解technological environment对市场营销的重要性。

任务类型	任务内容	设计意图
Case Study	What are the influences of COVID-19 on the global marketing environment	通过案例分析，让学生理解宏观环境的变化对市场营销的影响。
Marketing Practice	Does China have a positive marketing environment? Use PESTEL analysis method, and do some detailed researches on Chinese cosmetics market environment.	通过业务实践，让学生掌握PESTEL模型，分析中国的市场前景。 通过对中国市场的深入剖析，激发学生的爱国情怀、文化自信。

任务类型	任务内容	设计意图
Marketing Report	Report on Chinese Marketing Environment using the PESTEL model	通过阅读Amazing China的资料，撰写市场报告，让学生学会讲好中国营销故事，传递中国核心价值观。
Mind Map	Summarize the key points in Lecture 2 and Workshop 2.	通过思维导图方式，让学生学会总结提炼核心知识点，学会领悟课程内容。

- ✓ 课中头脑风暴、案例分析的效能明显高于课前的活动。
- ✓ 各种任务类型让学生更加深入理解市场环境的重要性。
- ✓ 从怕学到想学、乐学、会学。
- ✓ 重难点得以突破，目标得以实现。

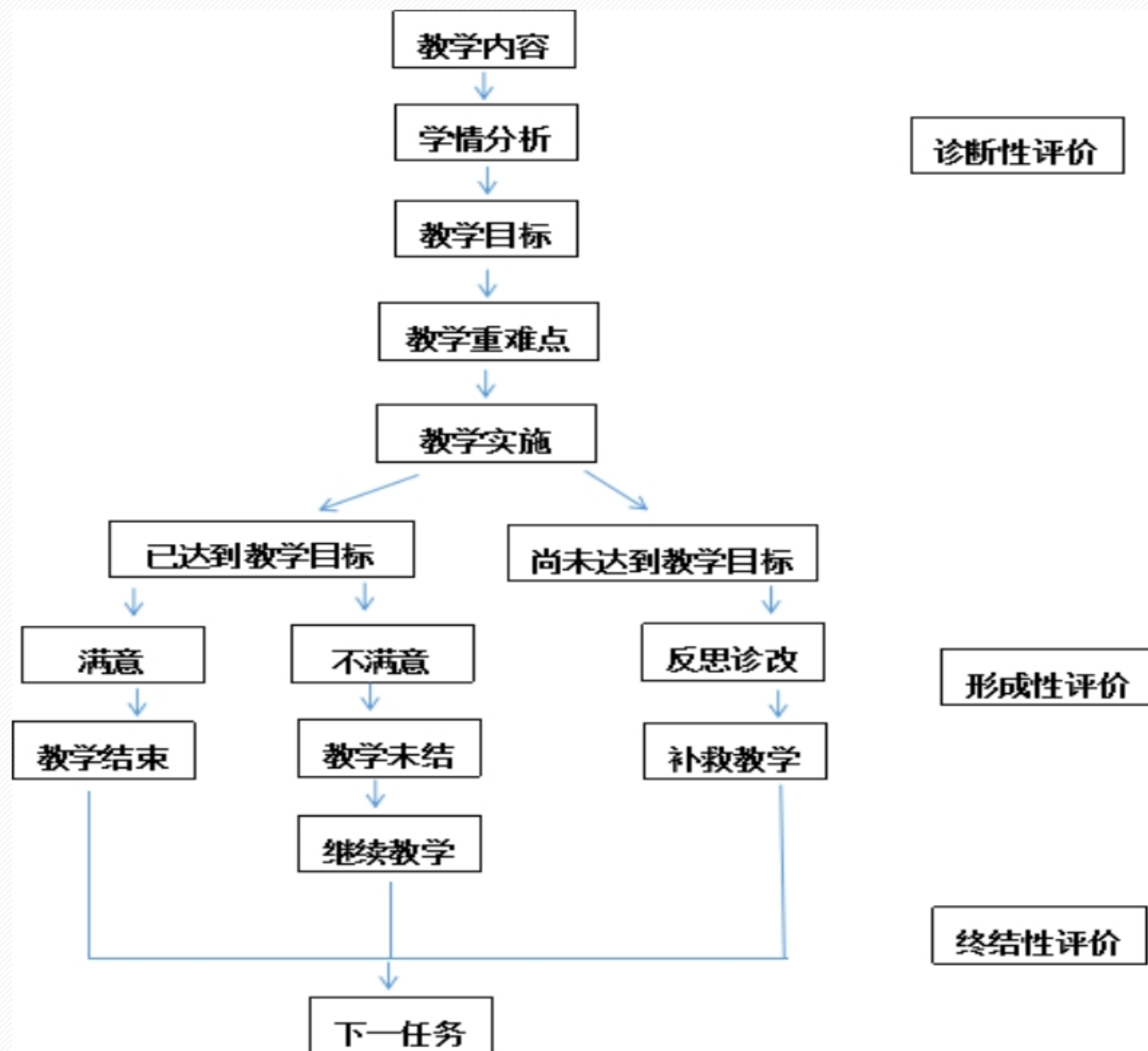
突
难
破
点



- 部分学生无法理解宏观环境的变化所带来的影响。
 - 部分学生课上提高很快，课下出现反复。
- 将通过推送教学资源中的前沿讲座及 Amazing China，让学生了解市场环境的重要性。
 - 将针对性地强化课后拓展的辅导力度。

学生、教师以及专家依据评价标准对本次任务的完成程度进行评价。

评价标准	学生 (30分)	教师 (40分)	专家 (30分)
1.课前能完成Lecture。			/
2.课前能完成Lecture中的活动。			
3.课中能运用所学知识分析案例。			/
4.课中能分析“市场”定义并建立“标签”。			/
5.课中能完成workshop activity。			/
6.课中能复盘，重新分析案例。			
7.课后通过阅读Amazing China，形成report。			
8.课后能够利用思维导图（X-mind）提炼本节课知识点。			/



课前诊断性评价
+
课中的形成性评价
+
课后的终结性评价