

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	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。 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。
预期学习成果	完成本科目后，学生应能够： - 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	• 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"> <tr> <th rowspan="2">评分方法/作业</th><th rowspan="2">%</th><th colspan="5">所评核的「预期学习成果」 (以✓标示)</th></tr> <tr> <th>a.</th><th>b.</th><th>c.</th><th>d.</th><th></th></tr> <tr> <td>持续评核*</td><td>50%</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>1. 课堂参与贡献</td><td>10%</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr> <td>2. 个人作业</td><td>15%</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr> <td>3. 小组项目/个案分析报告</td><td>25%</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr> <td>期末考试</td><td>50%</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>合共</td><td>100%</td><td colspan="5"></td></tr> </table> *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。 科目学习成果评估方法有效性的说明： 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）。 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。 学生于本科目总成绩须达 D 级或以上，方可合格。						评分方法/作业	%	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	%	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：	
	▪ 课堂准备	42 小时
	▪ 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	Chernev, Alexander. <i>Strategic Marketing Management: The Framework</i>, Cerebellum Press, 2019. Kartajaya, Hermawan, Iwan Setiawan, and Philip Kotler. <i>Marketing 5.0: Technology for Humanity</i>, Wiley, 2021. Kotler, Philip and Gary Armstrong. <i>Principles of Marketing</i>, Pearson, 2020. Kotler, Philip and Kevin Keller. <i>Marketing Management, Global Edition</i>, Pearson, 2021.	

July 2025