

重修的同学们：

大家好。

这学期（202330）的 MKT110 这门课采用的是“线上+线下”的混合式教学模式，这一教学创新性改革模式已经完成了六个完整学期的运行，从教学数据来看，教学效果还是非常不错的。这学期针对一些细节问题又进行了完善，希望给大家一个更好的学习体验。因为这一模式是不同于传统授课方式，考核方式也以过程考核为主，不是简单的期末试卷式的结果考核。为了让重修的同学尤其是刷分的同学对课程有个更好的理解，在这里对课程设计、考核内容、如何学习等方面进行如下说明：

1

1. 线上部分——占本门课程总成绩的 30%

线上部分需要大家通过“[知到 App](#)”或者“[智慧树在线教育网站](#)”完成慕课《解密市场营销（双语）》这门课程的学习，其中包括每个视频中的弹题、章测试、在线期末考试（均为客观题）以及在课程论坛（问答）板块的发帖、回帖等互动行为的贡献率，所有这些活动及任务均由系统自动记录大家的成绩，最终系统会综合所有方面给出一个总成绩，这个成绩将作为 MKT110 这门课最终成绩的 30%。

除此之外，线上课程中还有四次网络直播的公开课，具体时间可以在“知到”App 中的“见面课”模块中查到。大家可以同步观看直播也可以观看课程回放，但是一定要记得观看学习，因为线上的总成绩是包括这部分的学习与课后测试的完成情况的。

注意：这个课程需要在大家报完重修后，由教师将重修名单导入智慧树系统中，大家的在线学习情况才会被记录。

2. 线下见面课部分——占本门课程总成绩的 0%

线下见面课在教室以师生面对面的形式完成，共计 13-15 次，占总课时的二分之一。线下见面课主要采用的翻转课堂的形式，针对各章节的重点、难点进行答疑讨论，采用翻转课堂的形式，以学生作为主导，通过案例分析、角色扮演、辩论赛、头脑风暴、命题比赛等多种多样的课堂活动让大家掌握营销知识、营销思维和营销能力。考虑到重修同学还有其他的课程安排，可能无法参加线下见面课，因此，这部分不作为重修学生的考核内容，当然，也欢迎有需要的同学来参加线下见面课。

3. 个人作业部分——占本门课程总成绩的 70%

根据澳方大纲的要求，大家需要完成两次个人作业：Assignment 3—Market Research Report、Assignment 4—Marketing segmentation, targeting and positioning，这两次作业分别占本门课程总成绩的 30%和 40%。作业的具体要求、评分标准以及提交时间将在“202330-MKT110-重修”的 QQ 群中的发布。考虑到重修同学学习时间的特殊性，作业的提交时间未严格按照教学大纲执行。重修同学可以将两次作业的电子文档于 2023 年 06 月 10 日之前发送到邮箱 405287162@qq.com 中即可，详细内容见 QQ 群内的最新通知。请大家务必要在规定日期前提交作业，否则不再计入成绩，不允许补交、迟交。

另外，需要刷分的同学请注意，本学期在线课程的问答模块中为每一章都设置了热点讨论题（见下图，注意是带有红色方框中内容标识的话题），如果大家需要获得额外的加分，请认真参与每一章的热点讨论，并将自己参与的话题与讨论的内容截图整理成 word 文档，随两次作业一同发到上面的邮箱中，我会根据大家回答的质量及数量来酌情给予适当的加分。



图 1 在线课程问答模块中每章热点讨论的部分内容截图

下表为本门课程的考核内容及构成比例:

表 1 202330-MKT110-重修成绩构成

Item	Title	Value	Due date*
1	Online course study	30%	10-Jun.-2023
2	Class activity contribution	0%	
3	Market Research Report	30%	10-Jun.-2023
4	Marketing segmentation, targeting and positioning	40%	10-Jun.-2023

为了方便大家学习，QQ 群中给大家提供了与本学期所使用英文教材基本对应的中文版教材作为辅助，并且对在线课程的内容、中英文教材以及澳方大纲要求做了知识点对照标识，希望可以提高大家的学习效率，具体见下表：

表 2 在线课程、中英文教材以及澳方大纲的知识点对照

Week	在线课程	英文教材	中文教材	澳方大纲	学习任务
1	<i>Introduction to the course</i>				Video 1.1-1.7
2	<i>Topic 1 Foundations of Marketing</i>	Part1-CH1/CH2	第 1/2 章	Topic1	CH1-TEST/Video 2.1-2.5
3	<i>Topic 2 Marketing Environment Analysis</i>	Part2-CH3/Part4-CH20	第 3/20 章	Topic2	CH2-TEST/Video3.1-3.8
4	<i>Topic 3 Consumer Behavior</i>	Part2-CH15	第 5 章	Topic4	CH3-TEST/Review CH1
5	Open course I	以高阶目标为指导，通过专题形式针对最新的营销热点进行讨论，引导学生学以致用，知行合一。			Video4.1-4.4
6	<i>Topic 4 Business Buying Behavior</i>	Part2-CH6	第 6 章	Topic5	CH4-TEST/ Review CH2-CH3
7	Open course II	以高阶目标为指导，通过专题形式针对最新的营销热点进行讨论，引导学生学以致用，知行合一。			Video5.1-5.3
8	<i>Topic 5 Segmentation, Targeting and Positioning</i>	Part3-CH7	第 7 章	Topic6	CH5-TEST/Video6.1-6.7
9	<i>Topic 6 Marketing Mix: Product</i>	Part3-CH8/CH9	第 8/9 章	Topic7	CH6-TEST/ Review CH4-CH5
10	Open course III	以高阶目标为指导，通过专题形式针对最新的营销热点进行讨论，引导学生学以致用，知行合一。			Video7.1-7.3/Review CH6
11	<i>Topic 7 Marketing Mix: Price</i>	Part3-CH10/CH11	第 10/11 章	Topic11	CH7-TEST/ Video8.1-8.5
12	<i>Topic 8 Marketing Mix: Promotion</i>	Part3-CH14/CH15/CH16	第 14/15/16 章	Topic10	CH8-TEST/Review CH7-CH8
13	Open course IV	以高阶目标为指导，通过专题形式针对最新的营销热点进行讨论，引导学生学以致用，知行合一。			Video9.1-9.6
14	<i>Topic 9 Marketing Mix: Place</i>	Part3-CH12/CH13	第 12/13 章	Topic9	CH9-TEST/Video10.1-10.2
15	<i>Topic 10 Services Marketing Mix</i>	Part3-CH8	第 8 章	Topic8	CH10-TEST/ Review CH9-CH10
16	Presentation	Assessment item 3- Understanding Consumers, Segmentation & Targeting			
17	Online Final Examination	知到 App/智慧树平台 http://coursehome.zhihuishu.com			
18	Additional Examination	知到 App/智慧树平台 http://coursehome.zhihuishu.com			

重修的同学请务必加入 QQ 群“202330-MKT110-重修”（群号：362404529），所有跟重修有关的资料、通知以及作业的提交的相关信息说明等都会在该群中发布，如果有问题也可以在群中@我进行沟通。

希望大家可以取得一个好成绩。

国际交流学院 李茉

2023 年 4 月 20 日