

附件二：

## 2017 年外研社“教学之星”大赛 智慧教学设计方案 (Smart Design)

<b>1. 教学情况简介</b>			
教学单元	《商务英语入门（修订版）》 Chapter Six Marketing	学时安排	4
学情分析	本校学生对商务英语相关课程知识了解相对较少。 对本讲 Marketing 的知识几乎没有什么了解。本课对学生来说是全新的知识和领域，容易引起兴趣也容易兴趣分散。		
教学目标	学习本讲，学生应当： <ol style="list-style-type: none"><li>1. 了解<b>市场营销的概念</b></li><li>2. 了解<b>市场营销的观念</b></li><li>3. 掌握何为<b>市场营销组合</b></li><li>4. 理解<b>产品生命周期</b></li><li>5. 了解何为<b>购买行为</b></li><li>6. 熟悉<b>市场营销调研方式</b></li><li>7. 了解<b>市场细分</b></li></ol> 对本讲来说，重点不是概念，信息，理论的罗列，而是通过对本课的设计，让学生产生学习的兴趣，引起学生对某些问题的思考，了解某些市场营销工具的作用。		
教学重点 及难点	根据本校教学实际情况，教学重点以及难点分别为： 重点： <ol style="list-style-type: none"><li>1. 市场营销概念</li><li>2. 市场营销组合</li><li>3. 产品生命周期</li><li>4. 市场营销调研方式</li><li>5. 市场细分</li></ol> 难点： <ol style="list-style-type: none"><li>1. 营销组合</li><li>2. 生命周期</li><li>3. 市场细分</li></ol>		

## 2. 智慧教学设计方案

### 一、拟用教学材料

教学目标	拟用教学材料	拟用原因
1. 了解市场营销的概念	(直接选用) 教材 What is Marketing? (P144)	直接给出了关于 Marketing 的在本教材中的定义。
	(节选选用) 线上资源: Marketing 定义 ( <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing">https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing</a> )	通过线上资源, 让学生知晓任何名词的定义都应该从多角度, 从多方资料来源进行学习。
	(节选选用) 线上资源: Marketing 定义 ( <a href="https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx">https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx</a> )	希望能够对教材所给 Marketing 定义给出来自不同角度的理解, 帮助学生建立全面的定义。
2. 了解市场营销的观念	(直接选用) 教材 The Marketing Concept (P145-147)	教材该部分讲解非常详细
	(节选选用) 线上资源: Concepts of Marketing ( <a href="http://www.marketing91.com/concepts-of-marketing/">http://www.marketing91.com/concepts-of-marketing/</a> )	选用线上资源。 选用更多案例来丰富教材所提出的市场营销观念
3. 掌握何为市场营销组合	(直接选用) 教材 The Marketing Mix (P148-154)	教材该部分讲解非常详细
	(直接选用) 教材 P154 页练习题 1	本题目非常好的将看似枯燥的营销组合原理和大学学生的实际生活想联系, 能够有效的激发学生的学习, 讨论的兴趣。
	(改编选用) 教材 P155 页练习题 3 原题为: What are the four elements of a firm's marketing mix? Give several examples of how companies today have developed a marketing mix to compete in their industry. 改编为: What are the four elements of a firm's marketing mix? Work in groups of four, select	选用原因: 该题目能够很好的将所学内容 (Marketing Mix) 联系到实际当中去, 达到输入输出的结合, 让学生更加深刻的理解该知识点。  改编原因: 原题目相对较大, 学生难以把握重点。 改编的题目相对较具体, 能够让学生快速找到讨

	one company to be the patient and each one of you should examine one element of that company, then put your results together to give a report to the whole class.	论的重点。同时，能够训练学生的组织能力，分析能力，协作能力和综合能力。
4. 理解产品生命周期	(直接选用) 教材 The Product Life Cycle (P155-158)	教材该部分讲解非常详细
	(节选选用) 线上资源 The PLC ( <a href="https://atitus707.wordpress.com/product-life-cycle-stages-and-strategies/">https://atitus707.wordpress.com/product-life-cycle-stages-and-strategies/</a> ) Exploit the Product Life Cycle ( <a href="https://hbr.org/1965/11/exploit-the-product-life-cycle">https://hbr.org/1965/11/exploit-the-product-life-cycle</a> )	通过该两处线上资源，能够提供关于产品生命周期的曲线图，能够让学生更加直观的了解产品生命周期理论。 可以作为 P159 页图表的补充。
	(补充选用) 线上资源 Product Life Cycle Extension Strategy ( <a href="http://yourbusiness.azcentral.com/product-life-cycle-extension-strategy-15269.html">http://yourbusiness.azcentral.com/product-life-cycle-extension-strategy-15269.html</a> ) ( <a href="http://www.sanandres.esc.edu.ar/secondary/Marketing/page_114.htm">http://www.sanandres.esc.edu.ar/secondary/Marketing/page_114.htm</a> )	通过对产品生命周期最后一个阶段的补充，不仅仅让学生了解到产品生命周期这一理论，同时也能够启发学生的思维，给出解决问题的可选方案。
5. 了解何为购买行为	(直接选用) 教材 Buyer Behavior (P159-161)	教材该部分讲解非常详细
6. 熟悉市场营销调研方式	(直接选用) 教材 Marketing Research (P161-164)	教材该部分讲解非常详细
	(改编选用) 教材 P164 页练习题 1 原题为: What are the five parts of marketing research process? 改编为: Based on the five parts of marketing research process theory, compose a marketing research plan for the Apple Inc. to determine which color should be added to the new iPhone.	改编原因: 加入一个学生熟知的公司，能够激发学生的兴趣，更好的完成这道题目，以便达到该题目的训练目的，以及教学目标。
	(直接选用) 教材 P164 练习题 2	题目设计非常适合完成这一章节教学目标。
	(直接选用) 教材 Market	教材该部分讲解非常详细

7.了解市场细分	Segmentation (P164-167)	细。
	(节选选用) 线上资源 Market Segmentation ( <a href="https://www.tutor2u.net/business/reference/market-segmentation">https://www.tutor2u.net/business/reference/market-segmentation</a> )	增加图表 便于学生直观了解市场 细分标准。
	(改编选用) 教材 P167 练习题 1 原题为: How do marketers segment the consumer market? 改编为: How do marketers segment the Chinese Automobile market?	原题目太大, 学生容易混 淆何为 Consumer Market。 改编后的题目较具体, 相 对比较容易回答。
	(直接选用) 教材 P167 练习题 2	题目设计非常适合完成 这一章节教学目标。

## 二、教材中未使用的教学材料及未使用原因

未使用材料	原因
无	所涉及材料基本基本都有用, 没有相对无用的材料。

## 3. 课堂教学展示说明 (Classroom Teaching)

我将展示:  
理解产品的生命周期  
Understanding the Product Life Cycle

## 4. 教学评价设计 (Teaching Assessment)

In marketing theory, PLC stands for \_\_\_\_\_?

- A: Product Line Classification      B: Product Life Cycle  
C: Promotional Life Cycle          D: Price List Costing

Key: B

Which of the following stages is the last phase in the PLC theory?

- A: Growth                                  B: Decline  
C: Production development          D: Maturity

Key: B

注：请于 **2017 年 5 月 20 日** 前将本表填写完整并转为 PDF 格式，以“学校+姓名”命名。院校选拔晋级复赛的教师发送至组委会（邮箱见邮件正文）；参加网络公开赛的教师上传至大赛官网（[star.unipus.cn](http://star.unipus.cn)）并同时上传一段 3-5 分钟的课堂教学录像。