

## 《食品市场营销》（理论课适用）

<b>课程名称</b>		食品市场营销			<b>课程编号</b>	1810253	
<b>英文名称</b>		Marketing of Foods			<b>课程类型</b>	本专业推荐选修课	
<b>学时</b>	36	<b>其中：理论学时</b>	36	<b>实验学时</b>		<b>实践学时</b>	
<b>学分</b>	2	<b>预修课程</b>	《农产品营销学》《市场营销学》《营销心理学》		<b>适用对象</b>	食品科学与工程 食品质量与安全	
<b>课程简介</b> (200 字左右)		<p>本课程以现代市场营销学的原理为基础，通过对食品市场营销基本概念、理论、策略系统的介绍，重点介绍了食品的市场与营销环境、消费者市场与消费者行为、组织市场与购买者行为、市场营销信息系统和市场营销调研、目标市场营销战略、市场营销战略管理、竞争性市场营销战略、食品营销的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，加工、运输、贮藏等营销环节中的主要营销功能，根据不同食品生产和消费特征，借鉴国内外食品与农产品营销理论研究的最新成果，结合我国食品与农产品营销实践，分类讨论了具体食品与农产品的营销方法和技巧。</p> <p>课程注重理论联系实际，主要是通过实践性尤其是案例教学来培养学生开拓食品市场时所需的各种能力，综合培养学生有效组织企业食品经营活动的能力。</p>					