

附件 2

黔东南民族职业技术学院 《农产品营销理论与实务》课程标准

一、课程性质与任务

(一) 课程性质(课程名称、性质、类别、学时学分、适用专业等)

课程名称：农产品营销理论与实务

课程性质：专业拓展课

参考学时：30

参考学分：2

职业方向：农产品营销型人才

适用对象：农产品加工与质量检测专业

(二) 课程任务

《农产品营销理论与实务》是一门融合了市场营销学和农业经济学原理、思想和方法的交叉性的专业拓展课。它主要研究农产品的营销环境分析、目标市场选择、营销策略制定、市场执行等内容，是针对提高学生农产品营销素质、知识水平和掌握基本技能以及形成基本经验的课程。它的任务是使学生通过课程的学习，能够掌握农产品营销的知识和技能，具备农产品市场分析、营销策略制定等能力，同时具有考取高级营销员和农产品经纪人职业资格证书的基础，培养具有一定营销理论基础和营销实践应用能力的应用型园艺产品营销管理人才。

二、学科核心素养与课程目标

（一）学科核心素养

本课程的教学以培养学生职业素养与岗位技能为中心，坚持营销基础理论“必需、够用”，重视学生相应的职业岗位能力的培养，在整个教学过程中实施工学结合教学模式，以提高学生的市场分析能力、目标市场营销能力、营销组合规划与执行能力、营销控制与管理能力、基本的沟通协调能力等，培养和提高学生正确分析和解决农产品营销相关问题的实践能力，以使能够较好地适应农产品市场营销职业岗位的技能需要，实现岗位就业零距离，更好地为“三农”服务。

（二）课程目标

具体目标	内 容
1. 知识目标	<ul style="list-style-type: none">(1) 熟悉微观环境和宏观环境的主要内容。(2) 掌握企业应对营销环境变化的对策。(3) 掌握心理分析的基本要素和知识点。(4) 理解影响消费者购买行为的因素。(5) 明确消费者市场写法和企业市场细分的标准及有效细分的条件。(6) 熟悉目标市场选择的策略及影响目标市场选择的因素和评估细分市场标准。(7) 掌握市场定位的概念、定位方法和市场定位的步骤。(8) 熟悉和掌握企业的定价方法、定价目标和价格制定的一般步骤。(9) 熟悉人员推销任务、工作步骤、推销队伍的建设。
2. 专业技术能力目标	<ul style="list-style-type: none">(1) 能分析制定园艺产品的宏微观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；(2) 能根据市场和园艺产品情况选择相应的目标市场，确定合适的产品卖点和定位；(3) 能设计园艺产品的附加价值和设计园艺产品品牌名称；(4) 能识别竞争对手产品的价格策略并为产品制定合适的价格；(5) 能分析不同产品的渠道模式，并对指定产品设计合适的分销渠道模式；(6) 能设计有效的面向中间商、消费者的营业推广方案；确定合适的广告宣传主题及媒体宣传计划；能根据要求完成完整的市场营销活动方案的制定。

3.素质目标	<p>具有团队合作意识。</p> <p>具备自学与更新知识、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>具有正确的就业观和一定的创业能力。</p> <p>具有吃苦耐劳、积极进取和踏实肯干的工作作风。</p>
--------	--

三、课程结构

序号	项目	工作任务	实训设计	学时
1	项目一:认识农产品营销	任务 1: 认识农产品营销	资料收集: 近两年我国农产品营销的发展趋势	2
2	项目二:农产品市场分析	任务 2: 农产品营销环境分析	农产品宏观环境与微观环境案例研讨	4
		任务 3: 农产品消费者心理分析	农产品消费心理与行为现状调查	4
3	项目三:农产品目标市场营销	任务 4: 农产品市场细分与定位	某一类农产品市场定位设计	2
		任务 5: 目标市场的选择		2
4	项目四:农产品销售	任务 6: 农产品分销策略	撰写花卉拍卖市场参观报告	2
		任务 7: 农产品品牌、包装策略	地区农业龙头企业和名牌产品调查	2
		任务 8: 农产品定价策略	农贸市场交易价格波动调查	4
		任务 9: 农产品促销策略		2
6	项目六:营销组织和控制	任务 10: 市场营销计划、组织与控制		2
7	农产品营销综合实训		制作创业计划书或农产品营	4
总学时				30

四、课程内容

(一) 基础模块

序号	项目	工作任务	实训设计	学时
1	项目一:认识农产品营销	任务 1: 认识农产品营销	资料收集: 近两年我国农产品营销的发展趋势	2
2	项目二:农产品市场分析	任务 2: 农产品营销环境分析	农产品宏观环境与微观环境案例研讨	4
		任务 3: 农产品消费者心理分析	农产品消费心理与行为现状调查	4
3	项目三:农产品目标市场营销	任务 4: 农产品市场细分与定位	某一类农产品市场定位设计	2
		任务 5: 目标市场的选择		2

(二) 拓展模块

序号	项目	工作任务	实训设计	学时
1	项目四:农产品销售	任务 1: 农产品分销策略	撰写花卉拍卖市场参观报告	2
		任务 2: 农产品品牌、包装策略	地区农业龙头企业和名牌产品调查	2
		任务 3: 农产品定价策略	农贸市场交易价格波动调查	4
		任务 4: 农产品促销策略		2
2	项目六:营销组织和控制	任务 5: 市场营销计划、组织与控制		2
3	农产品营销综合实训		制作创业计划书或农产品营	4

五、学业质量

(一) 学业质量内涵

学业质量是学生在完成本学科课程学习后的学业成就表现。学业质量标准是以本学科核心素养及其表现水平为主要维度,结

合课程内容，对学生学业成就表现的总体刻画。依据不同水平学业成就表现的关键特征，学业质量标准明确将学业质量划分为不同水平，并描述了不同水平学习结果的具体表现。本学科学业质量是应该达成的农产品市场营销学科核心素养的目标，是其核心素养水平与课程内容的有机结合。

（二）学业质量水平

水平	质量描述
水平一	<p>明确市场营销调研的过程、方法及营销调研报告的内容。</p> <p>理解影响消费者购买行为的因素。</p> <p>理解影响产业购买者购买决策的主要因素。</p> <p>掌握市场定位的概念、定位方法和市场定位的步骤。</p>
水平二	<p>学会对市场环境进行分析</p> <p>掌握企业的定价方法、定价目标和价格制定的一般步骤。</p> <p>学会对产品选择合适的产品促销组合策略</p> <p>学会对产品进行定位</p>

六、课程实施

（一）教学要求

本课程教学设计以工学结合为切入点，以本专业学生培养目标、本课程特点及其在专业知识结构中的地位为指导思想，以学生就业为导向，在行业专家的指导下，对市场调研分析、市场开拓与营销、市场营销组合规划与执行、市场营销组织与管理等专门化方向所涵盖的岗位进行任务与职业能力分析，以实际工作任务为引领，以企业市场营销活动所涉及的业务流程为主线，

以营销 职业标准和资格考核要求为依据，采用在课程开始授课之前，各授课班级分别 分成若干学习型小组，然后根据现实真实企业开展农产品市场营销活动的业务 流程来完成老师所布置的各个实训项目任务，培养学生具备营销职业岗位群的基本职业能力。教学分两段进行，前半段的特征为“学中做”，后半段的特征为“做中学”。

(二) 学业水平评价

总评成绩=过程性考核(60%) + 终结性考核(40%)。其中过程性考核包括课程实训项目考核、平时综合素质两个项目，各占30%；平时综合素质主要从到课率、操作积极性、团队配合意识、等方面进行评分；终结性考核主要是期末考试，考核本课程的知识点。

考核组成	考核项目	鉴定内容
过程性考核 (60%)	实训项目考核(30%)	采用小组互评、师生互评、成果展示的方式从操作实训方法和结果等进行考核，在结合实训结果、实训报告等
	综合素质(30%)	到课率、操作积极性、团队配合意识等方面进行评分。
终结性考核 (40%)	期末理论考试	本课程的知识点

(三) 推荐教材和教学参考书/教材编写要求

(1) 根据本课程的设计思路选用教材：朱京燕主编的《农

产品营销实务》，中国农业大学出版社出版。

(2)教材编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想。

(3)教材中涉及的理论知识采用典型案例等形式导出，以便于实施启发引导的教学方法。

(4)内容的选取与安排尽量接近学生现有的专业素养、兴趣方向和职业道德意识培养。

(四) 课程资源开发与利用

(1)注重常规教学资源的开发与利用。例如课件、视频等。

(2)充分开发网络资源。

(3)合理利用校内模拟软件平台。

(4)开发校内校外实训基地。

(五) 教师团队建设

1、引进企业行业专家、参与教学，加入教学团队。

2、配备实践指导教师：实训内容的准备由实践指导教师完成，学生实训过程的指导由实践指导教师和上课教师完成。

3、任课教师至少要参加一项教研课题或科研课题，不断提高自己的理论水平和科研能力，及时将学科前沿的最新技术和研究成果充实到课堂教学中。

(六) 教学方法

(1)教学组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。

(2)对于知识部分的教学采用案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法。

(3)对于项目任务的教学主要通过分组讨论、角色模拟、实地调查、汇报交流、体验实战等方法进行。

