

《园艺产品营销》课程标准

【课程名称】

园艺产品营销

【适用专业】

高等职业院校园艺技术专业

1 课程性质与设计思路

1.1 课程性质

《园艺产品营销》是高职园艺技术专业基础课，也是园艺技术专业最基本、最综合的思维训练课程，是所有园艺产品营销类岗位的理论 and 操作指南。该课程的核心内容，就是在买方市场条件下，卖方如何从消费者的需求出发，制定园艺企业发展战略，组织园艺产品的营销活动，从而满足消费者需求，提高园艺企业或农户在激烈竞争的市场环境中求生存、求发展的能力。

本课程主要培养企业需要的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。通过教学，使学生掌握市场营销的基本原理和实用方法，树立正确的市场营销观念，在对环境进行客观准确分析的基础上，寻找市场机会，选择与切入目标市场，选用正确的营销组合策略，实施并管理市场营销活动，为将来创业打下良好的基础。

1.2 设计思路

该课程的总体设计思路是：打破以知识传授为主要特征

的传统学科模式，缩短学生学习与就业之间的距离。尽可能使学生在学习期间就能更多直接地进入营销人员的角色。本课程采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导等教学方法，并结合校内仿真模拟软件让学生在学中做、做中学。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合、课堂参与课前准备相结合、课内学习与课外实践相结合，重点评价学生的学习态度和职业能力。

本课程内容选择主要根据市场营销职业的工作任务以及这些工作所必须具备的职业能力的培养要求而制定。要注意突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取仅仅围绕消费品营销方案制定的工作任务完成的需要进行，同时还必须兼顾考虑高等职业教育对理论知识学习的需要，融合营销师资格证书对知识、技能和态度的要求，此外还适当关注前置、后续课程的内容安排分工。项目设计以分析市场、选择目标市场、制定营销策略为线索来构建。课程的主要内容包括市场营销观念演变、市场营销环境分析、市场营销调研、消费者市场和购买行为、组织市场和购买行为分析、目标市场营销战略、目标市场营销战略、市场竞争战略、产品策略、价格策略、分销策略、促销组合、营销组织和控制。

该课程中每个项目的学习都以案例为载体设计的活动来进行，教学过程中，要借助校内仿真软件的实施，学生采取工学交替的形式来完成。

本课程建议课时数 36，其中实践课时数 8。

2 课程目标

通过课程学习，使学生了解市场营销基本过程，了解市场营销各环节的基本决策方法，学会市场营销总体活动方案的制定，并把先修课程市场调研和分析方法与专业应用相结合，同时锻炼学生的信息收集能力、市场机会识别能力、团队合作精神。

职业能力目标：

（1）能分析制定园艺产品的宏观环境、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 课程内容和要求

序号	工作任务	课程内容与教学要求	活动设计	参考课时
1	识农产品营销	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握农产品营销的内涵; 2.掌握农产品营销及其相关概念; 3.掌握农产品营销的研究对象和内容; 4.树立现代农产品营销理念。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例分析: 让学生分析关于营销观念变化的案例。 2.学生讨论: 讨论不同营销观念的区别。 	2
2	农产品营销环境分析	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握农产品营销环境的特点; 2.掌握农产品营销宏观环境因素; 3.掌握农产品营销微观环境因素; 4.掌握农产品营销环境分析方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例分析: 让学生学会用营销环境分析方法、分析企业的市场营销环境处境。 	2
3	农产品消费者心理分析	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握农产品需求心理分析; 2.掌握农产品购买行为与决策; 3.掌握农产品营销心理策略。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.课堂模拟演练: 给出一些消费者购买行为类型例子, 让学生辨认。 2.实战演练: 通过学生讲述自己的一次购物经历, 让学生清楚自己的购买行为过程。 	2
4	农产品市场调查与信息处理	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握市场调查方案的设计; 2.掌握市场调查问卷的设计; 3.掌握市场调查的组织实施; 4.掌握市场调查报告的撰写; 5.掌握相关信息的处理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例分析: 通过案例让学生掌握营销调研的过程。 2.课堂模拟训练: 通过角色扮演让学生熟练掌握营销调研的步骤, 加深对营销调研的认识和理解。 	2
5	农产品市场细分及定位	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握农产品市场细分含义、作用、依据、原则和步骤; 2.掌握农产品目标市场概念、选择条件、策略和考虑因素; 3.掌握农产品市场定位的含义、方法和策略。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.课堂讨论: 让学生熟悉市场细分的相关知识。 2.课堂模拟训练: 让学生掌握市场细分标准。 3.实战演练: 通过角色扮演让学生熟悉目标市场营销战略的实际运用。 	4
6	农产品品牌策略	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握农产品品牌的含义和作用; 2.掌握农产品品牌策略; 3.掌握农产品包装策略; 4.掌握农产品区域公用品牌的含义和作用; 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例分析: 分析案例中的企业成功运用了哪些策略(包装、品牌)。 2.学生讨论: 讨论产品生命周期的。 	4

		5.掌握农产品区域公用品牌的打造。		
7	农产品定价策略	1.掌握农产品定价影响因素； 2.掌握农产品定价方法； 3.掌握农产品定价策略； 4.掌握农产品价格调整。	1.案例分析：分析案例中的企业的价格策略。 2.学生讨论：讨论企业定价方法。	4
8	农产品渠道策略	1.掌握农产品渠道策略的涵义； 2.掌握农产品社区营销； 3.掌握农产品社群营销； 4.掌握农产品新零售思路	1.案例分析：通过案例让学生理解企业销售渠道策略。 2.学生讨论：让学生进行角色替代选择适当的销售渠道。	2
9	农产品促销策略	1.掌握农产品促销步骤； 2.掌握农产品营销中的人员推销策略； 3.掌握农产品营销中的广告策略 4.掌握农产品营销中的公共关系策略； 5.掌握农产品营销中的营业推广策略； 6.掌握农产品网络营销促销策略； 7.掌握学会农产品促销方案设计。	1.课堂模拟训练：让学生扮演推销人影和顾客角色，模拟推销员工作的全过程。 2.实战演练：让学生到当地的商场、超市、连锁店等实地考察，为某一商家或某种产品制定有效的促销策略。	2
10	农产品物流	1.掌握农产品物流的概念； 2.掌握农产品物流的分类； 3.掌握农产品物流各项功能的作业方式及合理化途径； 4.了解农产品物流的发展趋势	1.案例分析：分析案例中的企业物流举措。 2.学生讨论：讨论案例可以得到的启示。	4
11	主要农产品营销策略	1.掌握谷物营销策略； 2.掌握肉类产品营销策略； 3.掌握园艺产品营销策略； 4.掌握水产品营销策略； 5.掌握禽蛋营销策略； 6.掌握乳制品营销策略。	1.案例分析：分析案例中的企业市场地位及市场竞争中的竞争战略。 2.学生讨论：讨论案例可以得到的启示。	4
12	休闲农业营销	1.掌握休闲农业的内涵； 2.掌握休闲农业的类型； 3.掌握休闲农业发展原则及开发要点； 4.掌握休闲农业营销策划。	1.案例分析：让学生通过案例分析企业主要营销经验。	4
总课时				36

4 实施建议

4.1 教材选用及编写

(1) 根据本课程的设计思路选用教材：2019年11月陈国胜主编的《农产品营销》，清华大学出版社出版。

(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。

4.2 教学建议

(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。

4.3 教学评价

(1) 突出过程评价与结果评价，结合教学过程中的学生到课率、提问、课堂表现及期中、期末成绩进行综合评价。

4.4 课程资源的开发与利用

(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) 开发校内校外实训基地。

5 其他说明

本课程标准 也适用于本校的其他农业类专业。