

甘肃农业职业技术学院

学期授课计划

(2018—2019 学年第二学期)

任课老师 _____ 孙利平 _____

课程名称: _____ 园艺产品营销 _____

适用 2017 园艺技术一班 (果果家订单班) 班第 六 学期

教师学期授课计划编制说明

教学时数按学期分配 (学时)		教学标准 (大纲) (名称、版本、文号)		本校		
本课程总时数	60	基本教材 (名称、编著、版本)		《园艺产品营销》汤锦如主编		
已完成课时数	0					
尚需学时数	60	主要参考书 (名称、编著、版本)		1. 陈永顺主编,《市场营销学》,中国纺织出版社,2007 第一版		
本学期教学周数	15					
本 学 期 学 时 分 配	本课程周学时数	4	剩 余 学 时	尚 余 学 时	/	
	本课程学期时数	60		能力导向的理论课	/	
	其 它	能力导向的理论课		60	实训课	/
		实训课		0	理实一体课	/
		理实一体课		0	教学实习	/
		测 验		0	备 注	
	本学期实习周数	/周				

备注: 教改第一步全面推进“实践(能力导向)服务的课程”。精品课程主要推进“理实一体化的课程”。

该课程综合职业能力导向的主要知识、素质、能力

所采取的教学内容、方法、改革措施

学习目标

通过课程多种形式的教学活动，使学生能熟练运用现代营销专业知识，熟悉营销工业相关标准，具有高水平的对园艺产品的推广和营销过程中所发生的问题进行准确地判断和分析、并能正确地解决问题的能力 and 良好的职业素养；通过该门课程的学习既为后续专业课程的学习打下良好的基础，也使学生毕业后能胜任园艺产品的推广和营销等岗位的工作，成为技术骨干。并为通过高级推广员、园艺工等职业技能证书的考取打下必需的基础。同时初步培养学生科学研究能力和独立工作能力。成为懂营销、会营销、能营销的优秀人才。

1、知识目标

- (1) 了解园艺产品分类、分级情况；
- (2) 掌握园艺产品营销的环境特点；
- (3) 掌握园艺产品的销售形式；
- (4) 掌握园艺产品物流相关的知识；

2、能力目标

- (1) 能够正确的对园艺产品进行分类、分级；
- (2) 能够对园艺产品信息进行收集与整理；
- (3) 通过对园艺产品营销影响要素的分析，能够对园艺产品进行科学有效的调研；
- (4) 能够对某一农产品策划一个简单的营销方案；
- (5) 通过份园艺产品消费群体心理学的分析，能够对园艺产品进行消费预估。

3、素质目标

- (1) 具有从事园艺产业所需要的吃苦耐劳、艰苦奋斗精神；
- (2) 热爱“三农”、有为我省园艺产业发展奋斗终生的决心；
- (3) 具有法制观念和依法进行农业安全生产的意识；
- (4) 具备良好的身体素质和健康的心理，能够适应不同的农业生产环境和条件；

教学内容设计

教学内容的设计按照先基础，后应用，由浅入深，循序渐进地设计授课内容，在授课过程中讲授具体案例，并且采用讨论法、任务驱动法带动学生的积极性。通过对园艺产品及其市场营销的概念、园艺产品市场营销环境分析、消费者需求与购买行为分析、园艺产品市场营销的调研与需求预测、园艺产品目标市场营销战略策划、园艺产品的产品的产品策略、园艺产品的定价策略、园艺产品的销售渠道策略、园艺产品的促销策略、园艺产品的国际营销组合策略、园艺产品的网络营销和连锁经营、园艺产品的物流和供应链管理、园艺产品营销组织与管理者 13 个项目的讲解以及学生的讨论学习，使学生透彻掌握园艺产品营销的内容与流程，并能灵活运用到以后的实际生产和工作中。

教学方法

主要采用讲授法、小组讨论法、任务驱动法、案例法等。

考核与评价

包括过程考核与结果考核，过程考核包括平时的考勤、作业、学习的态度等（占 40%），结果考核为学期结果考核（占 60%）。

甘肃农业职业技术学院学期授课计划表

周次	主要教学内容 (情境与任务)	教学要求及重点 (综合职业能力导向的知识、素质与能力要点及主要教学方法)	学时分配					备注
			能力 导向的 理论课	实训 课	理实 一体 课	测 验	累 计 学 时	
1	项目一：对园艺产品及其市场营销概念的认识 任务一：对园艺产品的认识 任务二：对园艺、产品销售的认识 任务三：对园艺产品营销的研究对象、内容及方法的认识	目标： 1. 了解园艺产品分类方法和分级方法，会进行园艺产品的分类和分级。 2. 懂得什么是园艺产品营销，掌握其功能、职能以及营销特点。 3. 园艺产品具有自然属性和社会属性，有其生产管理特点和特有的一些商品特点。 教学方法：讲授法、讨论法、案例法	4				4	
2	项目二：对园艺产品市场营销环境的分析 任务一：对园艺产品营销环境的认识 任务二：对园艺产品营销宏观环境的认识 任务三：对园艺产品营销微观环境的认识 任务四：园艺产品营销环境分析与营销策划	目标： 1. 掌握市场营销环境中宏观、微观环境的主要构成要素及其对企业营销产生的影响和程度。 2. 会使用分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法。 3. 会正确应对市场营销环境的变化。 教学方法：讲授法、讨论法	6				6	
3	项目三：对消费者需求与购买行为的分析 任务一：消费者需求分析 任务二：消费者购买行为分析	目标： 1. 掌握消费者需求的基本形态，会采取相适应的营销管理。 2. 掌握消费者需要的种类和对园艺产品需要的基本内容。会针对消费者的需要开展营销活动。 3. 掌握消费者购买动机及类型，对消费者购买园艺产品的行为进行分类，会根据其购买决策过程的主要步骤，分别设计出不同的营销对策。 教学方法：讲授法、讨论法	2				2	
4	项目四：园艺产品市场营销的调研与需求预测 任务一：园艺产品市场营销的调研 任务二：园艺产品市场需求的预测	目标： 1. 掌握园艺产品营销调研的内容和步骤，会运用营销调研方法和设计问卷调查表，开展营销调研工作。 2. 掌握园艺产品市场预测的内容和步骤，会运用市场预测的方法进行市场预测工作。 教学方法：讲授法、任务驱动法	2				2	
5	项目五：园艺产品目标市场营销战略策划 任务一：园艺产品的市场细分策划 任务二：园艺产品的目标市场选择策划 任务三：园艺产品的市场定位策划	目标： 1. 理解市场细分的作用，掌握市场细分的标准，会进行园艺产品的市场细分 2. 掌握目标市场选择的条件和影响因素，会选择园艺产品的目标市场， 3. 理解目标市场选择策略，掌握目标市场营销策略，会正确运用目标市场营销策略。 4. 掌握市场定位的依据和市场定位的策略，会对园艺产品进行市场定位。 教学方法：案例法、讨论法	4				4	

6	<p>项目六：园艺产品的产品策略</p> <p>任务一：园艺产品品质对营销的影响及其提高措施</p> <p>任务二：园艺新产品的开发方式和流程</p> <p>任务三：园艺产品的品牌策略与商标设计</p> <p>任务四：园艺产品初加工及包装策略</p> <p>任务五：对产品整体概念与产品组合策略的认识</p> <p>任务六：农产品市场生命周期各阶段特点和营销策略</p>	<p>目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解园艺产品品质质量对营销的影响，掌握提高园艺产品的品质质量的措施， 2. 掌握园艺新产品的开发与引进经营的理论知识，会进行新产品的开发设计。 3. 掌握园艺产品的品牌策略与商标设计的理论知识，会正确应用品牌策略以及对品牌进行管理。 4. 理解产品整体概念、产品组合的理论知识，会应用产品组合策略。 5. 理解产品生命周期4个阶段的特点，对产品的成长期和成熟期会采取相应的营销策略。 <p>教学方法：案例法、讨论法</p>	6				6	
7	<p>项目七：园艺产品的定价策略</p> <p>任务一：对影响产品定价因素的认识</p> <p>任务二：园艺产品定价的程序和方法</p> <p>任务三：园艺产品定价的策略</p> <p>任务四：企业市场竞争中定价目标的选择决策</p>	<p>目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解影响定价的有关知识，并会正确分析这些因素对产品定价所产生的影响。 2. 掌握产品定价的方法，会用定价方法对园艺产品进行定价。 3. 掌握产品定价策略的理论知识，在园艺产品营销中会正确应用产品定价策略， 4. 理解并掌握企业市场竞争中定价目标的选择内容。 <p>教学方法：案例法、讨论法</p>	5				5	
	<p>项目八：园艺产品的销售渠道策略</p> <p>任务一：对园艺产品销售渠道模式的认识</p> <p>任务二：对园艺产品批发商及批发市场的认识</p> <p>任务三：对园艺产品零售商与零售区域的认识</p> <p>任务四：对农业中介组织类型和经纪人的认识</p> <p>任务五：园艺产品销售渠道的选择策略</p> <p>任务六：园艺产品销售渠道的评估与管理</p>	<p>目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解销售渠道的含义和作用，掌握销售渠道的类型和农产品的间接销售渠道的6种模式：掌握水果、蔬菜销售渠道的模式。 2. 理解园艺产品批发商的特点、功能，掌握其类型。 3. 理解园艺产品批发市场功能，掌握批发市场的类型及影响批发市场销售区域的因素。 4. 掌握园艺产品零售商的类型，理解园艺产品零售区域及其影响因素，会应用零售区域的确定方法。 5. 掌握园艺产品营销渠道的选择策略及其营销渠道管理知识。 <p>教学方法：案例法、讨论法</p>	6				6	
	<p>项目九：园艺产品的促销策略</p> <p>任务一：对促销与促销组合的认识</p> <p>任务二：园艺产品促销的方式</p> <p>任务三：园艺产品的促销组合策略与选择</p> <p>任务四：企业产品促销的预算方法</p>	<p>目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解促销、促销组合的含义，掌握促销方式的理论知识，会正确选择和运用广告、人员推销、营业推广和公共关系等促销方式。 2. 理解促销组合策略类型和影响因素，会合理选择促销组合策略。 3. 理解和掌握促销额预算方法。 <p>教学方法：案例法、讨论法</p>	4				4	
	<p>项目十：园艺产品的国际营销组合策略</p> <p>任务一：对园艺产品市场营销组合的认识</p> <p>任务二：园艺产品国际营销组合策略</p> <p>任务三：农产品国际市场进入的决策</p>	<p>目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解园艺产品营销组合策略的理论知识，会有效开展园艺产品的营销组合。 2. 掌握园艺产品国际市场营销组合策略的理论知识，能运用园艺产品国际市场营销策略开展营销活动。 <p>教学方法：案例法、讨论法</p>	4				4	

	项目十一：园艺产品的网络营销和连锁经营 任务一：对网络营销的认识 任务二：园艺产品网络营销的应用 任务三：园艺产品连锁经营的管理	目标： 1. 理解网络营销的含义、特点和职能，掌握网络营销的策略。 2. 了解网络营销的常用工具和方法，以及园艺产品网络营销的优势及其对园艺企业的影响作用。 3. 理解开展园艺产品网络营销的条件，掌握园艺产品网络营销的应用。 4. 理解连锁经营的含义和主要特征，掌握连锁经营的类型和开展连锁经营的条件。 5. 理解连锁经营管理内容，掌握连锁企业的管理模式。 教学方法：案例法、讨论法	5				5	
	项目十二：园艺产品的物流和供应链管理 任务一：对物流的认识 任务二：园艺产品的物流管理 任务三：园艺产品的运输 任务四：园艺产品的配送 任务五：园艺产品的供应链管理	目标： 1. 了解物流概念、特性和功能。掌握园艺产品物流的目标和物流管理的内容，会应用存货管理方法，能开展订单处理工作。 2. 了解运输在物流系统中的作用，掌握园艺产品的合理运输及组织合理运输的措施、会正确运用园艺产品运输方式以及对运输环境条件的控制。” 3. 理解园艺产品配送的含义，掌握园艺产品配送的一般流程和配送合理化的目标与方法。 4. 理解供应链及供应链管理的一般理论知识，掌握高级供应链集成管理的业务流程，会在电子商务下进行园艺产品供应链的设计。 教学方法：案例法、讨论法	6				6	
	项目十三：园艺产品的营销组织、计划实施与控制 任务一：对园艺产品营销组织的认识 任务二：园艺产品的营销准备管理 任务三：园艺产品的营销计划与实施 任务四：园艺产品的营销审计	目标： 1. 熟悉园艺产品营销组织的形式及影响设置的因素，掌握园艺产品条码及质量认证与市场，准入的理论知识，能够签订园艺产品购销合同和开展产品保险工作， 2. 掌握园艺产品营销计划与实施的理论知识，会编制营销计划并组织实施。 3. 掌握园艺产品营销控制的内容、方法和基本程序，会正确应用控制方法对营销计划进行有效控制。 4. 熟悉园艺产品营销审计的内容，掌握营销审计的基本步骤，会开展营销审计工作。 5. 对市场营销活动进行组织、计划实施和控制，是企业营销部门及高层管理者的重要任务，也是企业取得市场营销战略性成功的关键。 教学方法：案例法、讨论法	4				4	
8	测验						2	
	总计		58				2	60

说明：1、本计划一式三份，一份交教务处；一份主管系、部；一份自己备查（学期授课计划于开学前交主管系、部阅后，于一周内交教学科研处经主管领导批准后方可执行）。

2、能力导向的理论课：以能力素质培养为中心，以知识、案例讲授为主，体现启发、互动、探究等教学方法和学生综合职业能力的培养；实训课：以实验、实训、学生分组讨论、角色扮演、训练等学生做为主；理实一体课：任务引领型、项目教学型、工作过程系统化（学习领域）型等系统化的工学结合一体化课程。