

# 《农机市场营销》课程标准

## 一、课程基本信息

《农机市场营销》课程的基本信息见表 1。

表 1 《农机市场营销》课程基本信息

课程名称	农机市场营销	课程代码	CL261001
适用专业	现代农业装备应用技术	授课学期	第五学期
总学时	32	学分	2

## 二、课程性质及任务

《农机市场营销》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课，是现代农业装备应用技术的一门专业任选课程。它主要研究农机市场的营销环境分析、目标市场选择、营销策略制定等内容，是针对提高学生农机营销素质、知识水平和掌握基本技能以及形成基本经验的课程，充分体现“职业化”与“实践性”的特点。使学生通过课程的学习，能够掌握农机市场营销的知识和技能，具备农机市场分析、营销策略制定等能力，毕业后可以到农业机械销售公司、农机管理部门等单位从事有营销的工作。

## 三、课程设计思路

《农机市场营销》是立足就业岗位，以市场对此类专业人才的需求为导向，以职业能力培养为核心，以专业技能强化与综合技能训练为主，以培养目标实现作为内容取舍与结构组合的标准，按照就业岗位对课程知识、技能、素质的要求整合，强调课程内容的应用性、基础性与综合性，理论知识以“必需、够用”为度，突出专业技能与职业能力的培养。将教学内容整合为“认识农机市场营销”、“农机市场分析”、“农机目标市场营销”、“农机销售”4个项目模块，将教学内容合理融入到教学实践任务之中。教学过程中，推行以“项目作导向”、“任务作驱动”“工作岗位化”“教学做一体化”的情景化教学模式，通过各项任务的教学，使学生获得未来职业场所中所需的各项基本技能，以获得相应的职业资格鉴定证书，为未来的就业做好充分准备。

## 四、教学目标与要求

### （一）教学目标

#### 1. 思政目标：

（1）将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和中华优秀传统文化教育内容融入到本课程的教学要求中，注重“术道结合”；

（2）培养学生良好的审美意识，激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感

和使命感；

（3）正确的技能观，努力提高自己的技能，为社会和人民造福，绝不利用自己的技能去从事危害公共利益的活动，包括盗取客户信息、不正当竞争谋取暴利等，提倡健康的网络道德准则和交流活动，鼓励学生利用自己的所学的专业知识，积极参与国家政策宣传与推广、社会科学普及等有益活动；

（4）使学生具有热爱科学、实事求是的学风；具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的素质；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养等。

## 2. 知识目标：

- （1）掌握农机市场需求调查的手段和方法；
- （2）能够制定农机企业的营销战略方案；
- （3）掌握农机市场分析的能力；
- （4）掌握开发客户的措施；可以识别竞争对手和制定竞争方案；
- （5）能够确定农机目标市场和进行市场定位；
- （6）能够对农机产品定价和调整价格；
- （7）能够进行农机产品销售网络布局和物流管理；
- （8）能够制定有效的农机产品营销策略并予以执行。

## 3. 能力目标：

- （1）具备农产品市场调研能力，能够初步分析市场营销环境和商机；
- （2）能够初步分析消费者和组织市场行为；
- （3）具备初步市场细分和定位的能力；
- （4）能够制定和运用市场营销组合策略；
- （5）具有利用专业书籍、相关网络获取需要的专业资料的能力；
- （6）具有开拓思路、规范设计、精益求精的技术创新能力；
- （7）具有自学能力、理解能力与表达能力；
- （8）具有综合运用知识与技能胜任岗位工作的能力；
- （9）具有合理利用和支配资源的能力；
- （10）具有整体设计与具体操作的能力。

## （二）教学要求

实施教学过程中，教师应依据专业人才培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，

采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

五、课程结构与内容

1. 教学内容

《农机市场营销》课程教学内容见表 2。

表 2 《农机市场营销》课程教学内容

序号	项目/模块/任务	子项目/子模块/子任务	教学目标	教学内容	教学方法	技能点（纯理论课程本列可以不要）	学时
1	认识农机市场营销	1.1 市场的概念	掌握市场的概念	市场的概念	案例教学法 讨论法	市场概念	4
		1.2 农机市场的发展现状	了解农机市场的发展现状	农机市场的发展现状		农机市场发展现状	
		1.3 农机市场营销的特点	了解农机市场营销的特点	农机市场营销的特点		农机市场营销的特点	
2	农机市场分析	2.1 农机市场营销环境分析	掌握农机市场营销环境分析的宏观环境和微观环境	农机市场营销环境分析	案例教学法 讨论法 角色扮演法	农机市场营销环境分析	4
		2.2 消费心理	理解消费心理的类型	消费心理		消费者心理	
		2.3 消费者行为分析	理解消费者行为模式	消费者行为分析		消费者行为分析	
3	农机目标市场营销	3.1 市场调研和分析	了解市场调研概念； 了解市场调研的方法； 理解市场分析方法	市场调研和分析	案例教学法 讨论法 角色扮演法	市场调研市场分析	12
		3.2 目标市场选择	了解目视市场概念； 理解目标市场选择的方法	目标市场选择		目标市场选择的方法	

		3.3 市场定位	了解市场定位的概念； 理解目标市场选择的方法	市场定位		市场定位的方法	
		3.4 农机产品策略	了解农机产品概念； 理解农机产品策略；	农机产品策略		产品策略	
		3.5 农机产品价格策略	掌握农机产品价格的因素； 掌握农机产品价格策略	农机产品价格策略		价格策略	
		3.6 农机产品促销策略	掌握农机产品促销的手段； 掌握农机产品促销策略	农机产品促销策略		促销策略	
		3.7 农机产品营业推广	理解营业推广的概念； 掌握农机产品营业推广策略	农机产品营业推广		营业推广	
4	农机销售	4.1 制定农机产品销售策略	运用所学制定农机产品销售策略；	制定农机产品销售策略	案例教学法 讨论法 角色扮演法	农机产品销售策略	12
		4.2 农机产品销售流程	掌握农机产品的销售流程	农机产品销售流程		农机产品销售流程	
		4.3 农机产品售后管理	掌握农机产品售后管理	农机产品售后管理		售后管理	

## 2. 课程思政

《农机市场营销》课程思政教学设计见表 3。

表 3 《农机市场营销》课程思政设计

序号	知识点	思政目标	课程思政教学设计
1	市场的概念	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；良好的职业道德	教学引入阶段

2	农机市场的发展现状	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段
3	农机市场营销的特点	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学总结阶段
4	农机市场营销环境分析	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段
5	消费心理	热爱科学、实事求是的学风；具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的素质；具有良好的职业道德意识	教学引入阶段
6	消费者行为分析	热爱科学、实事求是的学风；具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的素质；具有良好的职业道德意识	教学总结阶段
7	市场调研和分析	热爱科学、实事求是的学风；具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的素质；具有良好的职业道德意识	教学引入阶段
8	目标市场选择	热爱科学、实事求是的学风；具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的素质；具有良好的职业道德意识	教学引入阶段
9	市场定位	热爱科学、实事求是的学风；具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的素质；具有良好的职业道德意识	教学引入阶段
10	农机产品策略	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段
11	农机产品价格策略	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段
12	农机产品促销策略	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段

13	农机产品营业推广	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学总结阶段
14	制定农机产品销售策略	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段
15	农机产品销售流程	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学引入阶段
16	农机产品售后管理	激发学生浓厚的民族自豪感、崇高的社会责任感和使命感；具有良好的职业道德意识；具有服务“三农”、爱岗敬业、乐于奉献的职业素养	教学总结阶段

## 六、实施和保障

### （一）教师要求

#### 1. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有汽车相关专业本科及以上学历，具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

#### 2. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称或技师及以上资格，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

### （二）实践教学条件要求

营销实训室应配备投影设备、白板，上课学生每组2-3人，每组1台计算机，覆盖网络，支持手机接入网络课程及资源库；支持市场营销策划的课内实验。

### （三）教学方法建议

1. 注重理论联系实际，密切联系我国汽车消费市场的实际状况，在教学过程中尽可能多地引用具有代表性的实例；

2. 在教学手段上，尽量采用多媒体教学，并运用实物投影仪、VCD光碟等教学工具，使学生不仅在课上，而且在课下能够通过模拟实验室、网络环境自主进行学习和模拟操作；

3. 根据用人单位的需求适时调整、补充新的教学内容；

4. 在教学组织方面，注重创造工作环境，由教师根据教学要求营造和布置工作情景，然后组织学生进行课堂模拟，增加情景效果，争取真实的职业体验和职业道德教育；

5. 教学方法上，应通过启发式教学、讨论式教学、案例式教学等多种教学方法的交叉使用，加强学生对理论知识的理解以及创新精神的培养，并通过模拟实验教学，引导学生理论联系实际。

#### （四）教材选用和编写建议

1. 依据本课程标准选择或者编写合适的教材，教材应充分体现任务引领、实践导向课程的设计思想；

2. 教材应将本专业职业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用；

3. 教材应图文并茂，应针对汽车美容流程的各项任务的处理程序以图解的方式直观地展现给学生，提高学生的学习兴趣，加深学生对汽车销售的认识和理解。教材表达要求精炼、准确、科学；

4. 教材内容应体现先进性、通用性、实用性、更贴近本专业的发展和实际需要；

5. 教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性；

6. 完善教学课件。

#### （五）课程资源

1. 《汽车配件管理与营销》课程教学资源主要有课程标准、授课计划、电子教案、教学课件、操作案例、教学视频、实训指导等；

2. 完善网上教学资源，充分利用网络资源，优化教学手段，调动学生学习积极性，启发学生勤于思考，善于创造的能力。

### 七、考核与评价

本课程采用过程考核的方法，强调过程考核的重要性，每一次考核过程都包含理论和实操部分

考评方式	过程考核			
	素质考评	实操考评	记录与总结考评	卷面考评
	10	40	10	40
考评实施	由指导教师根据学生表现集中考核	由实训指导教师对学生进行项目操作考核。	由实训指导教师对学生项目进行操作考核。	按照教考分离原则，由学校教务处组织考核。
考评标准	根据遵守设备安全、人	主要考核以下方面：	主要考核以下方面： 记录的准确性；	建议题型： 单项选择题

	身安全、学习态度及是否遵守纪律等情况进行打分。	单据使用正确性； 操作过程正确性； 任务完成质量。	总结是否完善	判断题 简答题 分析题
--	-------------------------	---------------------------------	--------	-------------------

## 八、教学进程与安排

教学进度计划以该门课程每个课题教学日程安排为主要内容的计划，在学期开始前由任课教师制订。内容包括：学生情况的简明分析，学年或学期教学总要求，教科书章节或课题的教学时数及起讫日期，各课需要运用的教学手段等。可详可略，但要明确、具体，以便于教师掌握各章节的教学日期，避免教学赶进度或延误时间。

## 九、其他说明

课程教学内容应根据新知识和新技术的发展，适时引入企业实际工作任务，动态更新。