

《农产品市场营销》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	农产品市场营销	课程代码	GL327005
适用专业	农村经营管理	授课学期	第 2 学期
总学时	48	学分	3
课程性质	专业必修课	考核方式	考试
前续课程	思想道德修养与法律基础、企业管理、经济学基础、职业技能与专业素养训练	后续课程	农业统计学、农村社会经济调查、农村政策法规、农产品贸易、农产品电子商务、农产品物流

二、课程的性质及定位

《农产品市场营销》源自市场营销学，是一门融合了市场营销学和农业经济学原理的交叉性的专业课，是农村经营管理专业必修课。它主要研究农产品的市场特征、农产品消费者行为、农产品市场定位，农产品市场营销策略等内容，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。

通过本课程的教学，使学生能够掌握农产品市场营销的知识和技能，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，毕业后可以到农产品生产企业、农产品销售企业、农业科技园区、农村经济管理部门等单位从事有关农产品营销的工作。

三、课程设计思路

本课程的设计思路是以工作任务为中心组织课程内容，以具体项目来构建学习情景，依据完成具体工作任务需求来学习相关的专业知识，逐步拓展职业岗位的能力。

在《农产品市场营销》课程思政教学实践中，充分考虑专业学生的知识结构、理论水平和应用能力要求，按照教育部颁布的《高等学校思想政治理论课建设标准》，从诚信品质、职业道德、责任意识、敬业精神、社会责任等方面，将农产品市场营销理论知识与思想政治教育相结合。

农产品市场营销教学内容主要包括：农产品市场特征分析、农产品消费者行为研究、农产品市场定位、农产品市场营销策略等几个项目的学习。每个项目以能完成某项技能为任务目标，一个项目又分解成多个技能学习的相关任务。课程内容组织符合社会发展的需要、注重实用性，系统地向学生传授知识，重点突出对目标职业技能的训练。重视课堂，将学生能力培养融入教学环节之中，通过引导学生参与讨论加深学生对基本知识的理解。

四、课程教学目标

以培养学生职业素养与岗位技能为中心，坚持农产品市场营销基础理论“必需、够用”，重视学生相应的职业岗位能力的培养，在整个教学过程实施课堂讲授教学为主、实践和课堂讨论为辅教学模式，以提高学生的农产品市场分析能力、目标农产品市场营销能力、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以及较好的自我心态调适能力等，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。

（一）课程思政目标

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. 借鉴农产品市场营销的经典案例，剖析先进人物的奋斗故事，激发学生对社会主义核心价值观的认同感，培养学生诚实、守信、坚忍不拔的性格，提高学生在沟通表达、自我学习和团队协作方面的能力；

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众利益的活动，包括投机取巧、坑农拐骗、不正当竞争谋取暴利等，提倡良性、互利互惠的营销环境，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. 培养学生的工匠精神，在潜移默化中培育社会主义核心价值观，提高综合职业素养，树立社会主义职业精神。

（二）素质目标

1. 培养可持续发展的学习与适应能力；
2. 树立良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）；
3. 培养较强的专业技能；
4. 培养良好的沟通、协调能力；
5. 培养较好的自我心态调适能力，具备创新精神。

（三）知识目标

1. 正确认知课程性质、任务及研究对象，全面了解农产品市场营销课程体系、结构，整体认知农产品市场营销；
2. 掌握农产品市场营销的基本理论、方法和技巧；
3. 熟悉产品所面临的宏观环境、微观环境。

（四）能力目标

1. 能分析指定产品所面临的宏观环境、微观环境；
2. 能分析指定产品的竞争状况和目标消费者的购买行为特征；
3. 可以识别竞争对手和制定竞争方案；
4. 能够确定农产品目标市场和进行市场定位；
5. 能针对不同的产品生命周期调整产品策略；
6. 能够对农产品定价和调整价格；
7. 能够制定有效的农产品营销策略并予以执行。

五、课程内容和要求

课程内容和要求是根据课程目标对本课程主要内容进行设计。见下表：

序号	教学内容	工作任务	知识、技能内容与要求	课程思政融入点	教学方法	参考学时
模块一	市场营销概述	1. 市场营销简史 2. 市场营销过程 3. 市场营销的职能 4. 市场营销的其他问题	了解市场营销的内容，理解和掌握市场营销的过程和职能	通过市场营销基本知识介绍，引发学生对未来的职业愿景，激发学生对社会主义核心价值观的认同感。	讲授法、讨论法	2
模块二	农产品市场营销概述	1. 农产品市场营销的含义 2. 农产品市场营销的价值增值过程	理解和掌握农产品市场营销的概念、农产品市场营销价值增值过程	通过国家政策介绍，激发学生“三农”服务意识	讲授法、讨论法	2
模块三	农产品市场特征分析	1. 农产品市场的基本特征	掌握农产品市场的内涵和主要特征	增强学生农产品的质量意识	讲授法、讨论法	2
		2. 农产品市场的环境特征 3. 产品认知	理解农产品市场的宏观环境特征和微观环境特征	通过市场宏观、微观环境特征学习，增强学生法律意识	讲授法、讨论法	4
模块四	农产品消费者行为研究	1. 农产品消费者及需求	理解消费者形式，并掌握消费者的类型、特征及其发展趋势	增强消费者权益保护意识	讲授法、讨论法	2
		2. 影响农产品消费需求的因素	熟悉影响农产品消费需求的因素	增强消费者权益保护意识	讲授法、讨论法	2
		3. 农产品消费者的购买行为	理解农产品购买行为模式及购买类型并分析消费者购买的心理活动		讨论法、角色扮演	2
模块五	农产品市场策略	1. 农产品市场细分 2. 农产品目标市场选择	熟悉农产品市场细分，掌握目标市场选择策略		任务驱动、讲授法	2
		3. 农产品市场竞争策略	掌握并能运用农产品市场竞争策略		角色扮演、讨论法	2
		4. 农产品市场发展策略	熟悉农产品市场发展策略的几种主要类型		讨论法	2

模块六	农产品开发	1. 农产品的产品策略	了解产品基本问题，熟悉农产品经营策略；农产品生命周期策略以及新产品开发策略。	开展诚信教育：产品描述要详细、简明、准确、细致，但不能浮夸，不能欺骗消费	讲授法、讨论法	4
		2. 农产品的价格策略	理解农产品需求与价格的关系；掌握农产品定价的方法、策略	开展诚信教育：产品价格透明，不能欺骗消费者。	讲授法、讨论法	4
		3. 农产品渠道策略	熟悉农产品渠道选择方法、渠道策略；理解物流和农产品物流的区别，		讲授法、讨论法	4
		4 农产品促销策略	掌握人员促销的方法；广告设计的原则及选择广告媒体需考虑的因素	树立学生诚信、守法的经营理念	讲授法、讨论法	4
		5. 新媒体营销	熟悉新媒体促销的方法、策略	激发学生自我学习的精神	讲授法、讨论法	4
模块七	农产品市场调查	1. 市场调查总论 2. 农产品市场调查的概念、基本内容和基本原则	了解市场调查，理解和掌握农产品市场调查的概念、内容、基本原则		模拟法、讨论法	2
		3. 农产品市场调查的基本步骤 4. 农产品市场预测的方	掌握农产品市场调查的方法和步骤	树立学生工匠精神	讲授法、讨论法	2
		5. 模拟设计农产品市场调查	针对自己家乡特色农产品设计一份调查问卷	增强学生责任感和爱国情怀	实操法	2
合计						48

六、课程实施

（一）课程教学资源的要求、开发与利用

1、《农产品市场营销》教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将营销最新动态和前沿知识及时地纳入教材；并配备详实的案例，提高学生的学习兴趣，加深学生对这部分专业知识的认识和理解；教材中的活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

2. 《农产品市场营销》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、教学视频等。

3. 积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如职教云、电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站等网上信息资源，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，使教学从单一媒体向多种媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；学生单独学习向合作学习转变。

4. 教师应努力挖掘专业教学资源,构建“课程思政”体系，在实施过程中，可以借鉴各种网络课程思政资源：高校课程思政数据库（试用阶段）：<http://sz.twbxyz.net/>。

（二）教学实施

1、教学方法

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领

提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

(2) 本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。

(3) 在教学过程中，要创设工作情景，同时应加大实践实操的容量，要紧紧密结合职业证书的考证，提高学生的岗位适应能力。

(4) 在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用精品课程的网络平台，利用计算机辅助教学软件、计算机辅助练习系统，提升学生的操作能力。并结合顶岗实训，实现课程理论与实践的零距离对接。

(5) 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

2、教学评价

(1) 教学评价的标准应体现任务引领型课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成任务及完成的情况给予评价。

(2) 教学评价的对象包括学生的知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质，分为应知和应会两部分。

(三) 考核方式

本课程的考核方式，采用过程考核与结果考试相结合，即最终成绩除了期末考试成绩外，还包括平时作业、学习态度、实训成绩的过程考核等，平时成绩考核占总成绩的 40%，期末考试占总成绩的 60%。

七、其他说明

课程教学内容应根据农产品市场发展变化，适时引入企业实际工作任务，动态更新。