**四川科技职业学院**

**教学手册**

|  |  |
| --- | --- |
| **课程名称：** | **汽车营销** |
| **教学时数：** | **64学时** |
| **适用专业：** | **汽车营销专业** |
| **主 编：** | **包兴婷** |
| **参编人员：** |  |

**二〇一八年九月**

**目 录**

一、关于编写教学手册的说明 1

二、课程标准 3

三、授课计划 9

四、教案 17

五、实训手册 73

六、习题集 171

七、考试大纲 183

八、授课PPT下载地址 187

九、数字教学资源下载地址 187

**关于编写《教学手册》的说明**

为了进一步规范教师的教学行为和教学过程管理，杜绝授课的随意性，从制度上最大限度的保障教学质量，经学校教学工作委员会讨论同意，组织本校教师编写现有专业每一门课程的教学手册。

教学手册是一个供任课教师使用的规范的、可操作性很强并可供推广的全新的教学文件。承担教学任务的教师只要有了这个文件，就能够按照这个文件的授课要求规范授课，能有效地利用优质教学资源（优秀教师的教案、题库、教法等），提高课堂教学效果，促进大学生职业技术能力和综合能力的养成，促进年青教师的快速成长，形成良好的教风和学风，为进一步开展教育教学改革奠定坚实的基础。

**（一）编写教学手册的基本要求是：**

1.每次课都应有教学设计的简要描述；

2.应充分体现课程标准对教学的基本要求；

3.能充分体现先进性、合理性、适用性和可操作性；

4.所编写《教学手册》应该既有利于教师教学，又便于学生自学。

**（二）《教学手册》主要包括以下内容：**

1.课程标准，主要对该门课程的教学内容、方法、要求给出明确的、规范性的意见；

2.授课计划：严格按照专业人才培养方案规定的学时数来安排每一次课程的教学内容和复习考试的时间；

3.教案，针对每个章节进一步提出具体的细化要求，撰写中原则上以2个课时为一个单元（实训课也可以4个课时为一次课），编写出该单元的教学内容、教学方法、具体教学环节与时间控制等要素；

4.PPT电子课件，主要展示课堂教学过程中的板书部分（可以含视频、短片等信息）；

5.习题集，主要按章节和知识点、能力点来落实习题类型，练习内容，练习的方式方法、参考答案等；

6.数字教学资源：包括了与教学内容相关的微课、教学视频（案例等）、网络课程、思考题及答案、练习题及答案、课外读物（教学参考书）目录、虚拟实训软件、教学软件等；

7.实训手册；

8.考试大纲。

**课 程 标 准**

（ 2018年 秋季学期）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称（全称）：** | 汽车营销 | | |
| **课 程 代 码：** |  | | |
| **课程计划总学时：** | 64 | **本学期学时：** | 64 |
| **所 属 学 院：** | 中德学院 | **教研室：** | 汽车 |
| **任 课 教 师：** | 包兴婷 | | |
| **制 订 日 期：** | 2018年9月1日 | | |

四川科技职业学院教学事业部 制

2018年 9月 1日

**《汽车营销》课程标准**

**课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程编号** |  | | | **考核方式** | 考试 |
| **课程名称** | 汽车营销 | | **课程类别** | | 专业必修课 |
| **学时/学分** | 64/4 | | | | |
| **先修课程** | 汽车底盘、发动机 | | **后续课程** | | 消费心理学 |
| **适用专业** | 汽车营销 | | | | |
| **开课学院或教研室** | | 中德学院 | | | |
| **执笔** | 包兴婷 | | | | |
| **审核** |  | | **日期** | | 2018年 9 月 |
| **审定** |  | | **日期** | | 2018年9 月 |

**一、本课程的性质、定位与任务**

（一）课程性质

《汽车营销实务》是汽车营销与服务、新能源汽车技术、汽车检测与维修、汽车电子技术等相关专业的一门专业拓展能力课程。

（二）课程定位

本课程的开设是通过深入企业调研，与专业指导委员会专家共同论证，确定《汽车营销实务》课程的教学内容，依据“够用、适用、应用”的原则。引导学生进行探究式学习，注重培养学生的学习能力和探索精神。

（三）课程任务

本课程以客户的开发与接待、FAB六方位车辆介绍法、试乘试驾、签约成交、交车服务(PDI检查)、售后跟踪服务这样一个完整的工作过程为线索来进行的。该课题的学习项目是以汽车销售流程为依据设置的 ，依照汽车销售的流程依次设置学生在本课程的学习任务。

本课程在设计上强调学生学习自主性。教学指导上合乎以学生为中心，重视学习成果的展示分享，让学习者在享受成就感的前提下，兴趣盎然地完成项目任务，达到项目学习目标。

二、本课程的教学目标

（一）思想教育目标

培养面向汽车营销与服务发展需要，拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的德、智、体、美等方面全面发展的高素质技术技能型人才。

（二）知识教学目标

能说出汽车的发动机、底盘、车身等各个系统的组成和作用； 能初步进行市场调查、分析和预测，制定营销目标和营销策略能在汽车营销的各个工作流程工作。

（三）技能教学目标

能够掌握汽车营销的相关知识和技巧，包括、汽车销售流程、顾客购车行为的分析及应对、基本礼仪、客户关系的维护、FAB六方位绕车的讲解、汽车营销相关法律法规、相关财务知识、汽车信贷、汽车保险、车辆服务知识等。

（四）职业素质拓展目标

能遵守我国有关国内外市场营销，特别是有关汽车商务方面的政策、法律、法规。

**三、本课程的考核方式**：

考核方式与标准

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核阶段 | 考核内容 | 考核形式 | 成绩比例 |
| 平时成绩 | 学习态度、课堂纪律、作业完成 | 课堂点名情况 | 10% |
| 理论作业 | 10% |
| 实训任务完成 | 40% |
| 期末考试 | 考试 | 期末考试 | 40% |
| 合计 | | | 100% |

项目（过程考核、终结性考核）评价标准

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 考核点 | 考核标准 | 成绩比例 |
| 1 | 课堂点名情况 | 全期点名20次，每缺一次扣0.5分（含请假），缺课5次以上（含5次）课程成绩计0分 | 10% |
| 2 | 理论作业 | 根据作业完成情况 | 10% |
| 3 | 实训作业情况 | 班级分组，以组为单位，根据项目（每个项目分值不同）完成实训，不参加，未完成不得分. | 40% |
| 4 | 期末测试 | 参加考试（根据实际得分） | 40% |
| 合 计 | | | 100 |

1. **教材及参考书**

1.教材：

《汽车营销》何杰主编，武汉大学出版社，2013年11月第1版

1. 推荐教材：
2. 《汽车营销实务》王梅主编，北京理工大学出版社2010年2月第1版

（2）《汽车营销实务》张发明编，机械工业出版社，2009年6月第1版

……………………………………………………………………

1. **本课程的教学内容、基本要求及学时分配**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **章节** | **课  时  分  配** | | | |
| **理论课** | **习题课** | **实训课** | **共 计** |
| 1 | 汽车营销概述 | 1 | 1 | 3 | 5 |
| 2 | 汽车市场营销环境 | 2 | 1 | 3 | 6 |
| 3 | 汽车市场调查与预测 | 2 | 1 | 6 | 9 |
| 4 | 汽车市场营销战略与营销策划 | 2 | 1 | 3 | 6 |
| 5 | 汽车消费心理与消费行为 | 1 | 1 | 3 | 5 |
| 6 | 汽车市场细分与目标市场定位 | 2 | 1 | 3 | 6 |
| 7 | 汽车产品策略 | 1 | 1 | 4 | 6 |
| 8 | 汽车价格策略 | 1 | 1 | 3 | 5 |
| 9 | 汽车促销策略 | 1 | 1 | 3 | 5 |
| 10 | 汽车销售渠道与模式 | 1 | 1 | 3 | 5 |
| 11 | 汽车销售实务 | 2 | 1 | 3 | 6 |
|  | 总计 | 16 | 11 | 37 | 64 |

（一）学时分配

（二）实训内容及基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **实训模块** | **实训内容及形式** | **实训要求** | **每组人数** | **学时数** |
| 1.锻炼你的“胆量” | 试着与3位陌生人拍照交流，并制作PPT和展示说明 | 1.三位陌生人2.知晓对方姓名、专业、班级以及爱好 | 4 | 3 |
| 2.实训营销环境分析训练 | 教师给出案例，学生阅读，以组为单位，完成问题回答上交 | 运用SWOT分析法分析案例内容并制定战略。 | 4 | 3 |
| 3.市场问卷的制作与调查 | 教师给定题目，学生以组为单位进行问卷设计并开展调查汇总，并制作PPT汇报 | 根据该实训项目内容具体的实训要求，分组制定市场问卷并展开调研，全班汇报。 | 4 | 6 |
| 4.调查三家企业核心战略 | 通过网络展开企业战略调查，PPT汇报其一（最有代表性的） | 可为汽车企业业亦可是其他类型企业（说核心即可） | 4 | 3 |
| 1. ➀心理测试   ➁调查购买决策 | 完成测试并汇报  口头调查购买服装的决策要点，PPT汇总汇报 | 让学生设计口头调查题纲、访问、汇总数据，形成报告 | 4 | 3 |
| 6.➀对服装市场进行细分  ➁搜集市场细分成功案例 | 完成服务市场细分；网络搜集资料，两项结果用PPT展示 | 以组为单位，分工协作 | 4 | 3 |
| 7.开发新产品  新产品命名 | ①开发某款新产品，进行描述②新产品命名训练 | 让学生运用头脑风暴法，进行思维创新并能实施于产品策划中。 | 4 | 4 |
| 8.价格调查 | ①在超市对5类产品价格调查②制作PPT③汇报定价法、优缺点 | 让学生掌握各种定价的方法及其优缺点与针对性 | 4 | 3 |
| 9.促销策划方案撰写 | ①老师分配题目②学生小组讨论分工③撰写方案并上交 | 掌握促销策划的程序，策划书的结构、促销的技巧等 | 4 | 3 |
| 10.渠道调查 | ➀网络调查某种产品的渠道类型➁PPT制作➂汇报 | 让学生掌握渠道的含义、类型，学生能明确分辩 | 4 | 3 |
| 11.➀客户心理分析与应对方法阐述➁接待礼仪展示 | 根据教师提供资料完成分析；小组为单位礼仪动作展示 | 让学生既能注重行为又能把握客户心理 | 4 | 3 |

**六、教学质量控制**

（一）教学重点、难点及教学设计

1．教学重点：汽车营销概述；汽车市场营销环境；汽车市场调查与预测；汽车市场营销战略与营销策划；汽车消费心理与消费行为；汽车市场细分与目标市场定位；汽车产品策略；汽车价格策略；汽车促销策略；汽车销售渠道与模式；汽车销售实务

2．教学难点：汽车市场营销环境；汽车市场调查与预测；汽车市场营销战略与营销策划；汽车消费心理与消费行为；汽车市场细分与目标市场定位；汽车产品策略；汽车价格策略；汽车促销策略；汽车销售渠道与模式；汽车销售实务

3．教学设计：以培养学生的职业能力为重点，根据就业导向和高职应用人才培养规格的要求，通过召开专业指导委员会、访谈校友和一线汽车营销人员，对岗位与能力进行调查，对岗位-典型工作任务-职业能力进行分析。序化汽车营销能力的构成，以汽车营乐工作应需能力的复杂和专门化程度，设置学习情境。

从新的设计理念出发，将抛弃传统的以教师为主体的灌输式教学方法，体现以教师为主导，学生为主体的学生自主学习的理念，电子商务类工作任务为导向的教学方法，使学生在做中学，注重学生方法能力、社会能力、专业能力的培养，让学生在动手实践中理解、把握重要的专业知识，给学生一种拓展能力发展的空间。

在教学过程中，应立足与加强学生实际操作能力的培养。

本课程教学的关键是理论和实习的结合。在学习过程中，让学生动手学习、体会车辆驾驶环境，分析方法，分别讨论如何向别人推销介绍汽车。同时在实践教学中把企业汽车销售实际工作时间向客户展示介绍车辆和汽车保险销售的工作背景，转换成本课程，尽量创设企业汽车营销的工作环境，有针对性地对学生进行岗位适应能力的训练。

在教学过程中，用多媒体、投影等教学资源辅助教学，提高学生的学习兴趣，加深学生对汽车营销和相关知识的理解和掌握。

1. 教学过程评价

课程教学评价是以各项目的比例构成来评比。

各项目评价采用过程评价、知识运用评价和实践能力评价的形式来评定。对项目评价的重点要突出实践能力的评价，以此重点反应学生对相关的技能的掌握，并体现学生对相关职业能力的掌握程度；过程评价关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、教学参与程度和学习态度等情况综合评价学生成绩；知识评价结合职业能力鉴定对知识要求，同时考虑学生继续学习能力的培养来进行评定。应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

本课程采用多元化过程考核评价体系，旨在对学生的过程性学习综合做出评价，具体包括以下三个部分：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 过程考核评分 | 出勤、作业 | 根据学生出勤情况和作业完成情况，由教师评定得分。（20%） |
| 实践项目 | 根据学生实训成果由教师评定得分。（40%） |
| 考试 | 根据学生在考试中的完成质量，由教师阅卷，评定学生的得分（40%） |

（三）课程考核方式及成绩评定

《汽车营销》是一门实践性、应用性很强的课程，重在学生能力与综合素质的培养，同时注重学生对专业基础知识的掌握。在评价上必须兼顾理论与实践，过程与结果的统一。建议采用、全过程、多样化、开放式的考核模式，努力做到考核主体多元、考核时空动态、考核内容全面，成绩结构合理，实现教学相长。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 考核评分表 | 平时考核  （60%） | 出勤（10%） |
| 作业（10%） |
| 实训考核 （40%） |
| 期末考核（40%） | 期末考核（40%） |

**七、对课程主讲教师的基本要求**

（一）学历要求：本科及以上；

（二）课前必须试讲；

（三）向教务处申报授课资格。

**八、教学环境及实训条件**

（一）教室基本配置

1．多媒体设备；

2．话筒；

3．实训室有网络（或普通教室）

（二）实训设备

设备清单、所需耗材、数量等。

**授课计划**

（ 2018年 秋季学期）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称（全称）：** | 汽车营销 | | |
| **课 程 代 码：** |  | | |
| **课程计划总学时：** | 64 | **本学期学时：** | 64 |
| **所 属 学 院：** | 中德学院 | **教研室：** | 汽车教研室 |
| **任 课 教 师：** | 包兴婷 | | |
| **制 订 日 期：** | 2018年9月1日 | | |

四川科技职业学院教学事业部 制

2018年9月1日

**学期授课计划填写说明**

1．学期授课计划是教师实施课程教学工作进度安排的具体计划表，应明确规定教学进程、授课内容提要、各种教学环节、方式、课后作业的安排等。每一门课程都要依据课程标准、所选用的教材和校历的安排编写授课计划。

2．实验、实训课要写明实验名称，实验学时数；独立开设的实验课授课计划中还必须写明实验内容；习题课、课堂讨论和其他环节要注明题目和学时数。

3．国庆节、五一节等国家法定节日假期中不应安排教学内容。

4．“教学形式”一栏中，应根据课程性质和教学大纲的内容来填写，明确各种教学形式（如：讲授、实验、实训、练习、讨论等）的具体学时数，并填入后面相应的括号内。

5．“授课章节内容摘要”和“实验、实训内容”填写到“章”（或单元）、“节”、 “目”所包括的具体内容和具体实验实训要求，“学时分配”的填写具体到实施该教学环节所对应的学时数。原则上，课堂教学按每次课2学时安排，实训课按每次课4学时安排，外出见习、跟岗实训按天或周安排（每天6学时，每周30学时）。

6．表格中“授课地点”一栏填写授课教室类别：教室、实训室、室外（足球场、篮球场等）、校外。

7．“课后作业或辅导作业”一栏中，填写内容应尽可能详尽，形式尽可能多样化。

8．授课计划填写完成后，由任课教师交专业教研室、二级学院院长、教务处长和教学副校长审核签字，审核通过后的授课计划一式三份：一份任课教师自用；一份交二级学院归档；一份交教学事业部存档。

9．授课计划必须认真填写，授课计划一经制定，原则上不能变更。如需变动，须事前经二级学院院长、教务处长、主管教学副校长批准，并报教学事业部备案后方可实施。

10．授课计划确定后，将作为教学督导检查教学进度完成情况的基本依据。无特殊情况，实际教学进度应与授课计划计划的进度基本相符，否则，进度误差超过4学时及以上者将按教学事故处理。

**四川科技职业学院学期授课计划（一）**

适用学期：2018 年 秋季学期 制表日期： 2018 年 9 月 1 日

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 汽车营销 | 授课时间 | | 2018秋季 | 授课教师 | 包兴婷 |
| 课程标准  （名称、版本） | 汽车营销  2013.11月第1版 | 教材  （主编、出版社、版本） | | 《汽车营销》何杰  武汉大学出版社  20113年11月第1版 | | |
| 主要教学参考书  （主编、出版社、版本） | 《汽车营销实务》王梅主编，北京理工大学出版社2010年2月第1版  《汽车营销实务》张发明编，机械工业出版社，2009年6月第1版 | | | | 考核方式 | 考试 |
| 本期教学时数共 64 学时，其中讲授 16学时，实训 48学时 | | | | | 单元检测  次数 |  |
| **学生基本情况：**  汽车营销专业大二学生已在前三个学期掌握了专业领域的基本知识技能，高职高专学生学习缺乏兴趣，自觉性较低，依赖心理强。基础知识薄弱，认知水平较低，接受能力差，由于信心不足，学习上自觉性低，离开教师的指导就不知所措，选择上带有盲目性。当然大部分学生的学习兴趣在老师的教课上会激发出来，同时会产生浓厚的学习兴趣。  **教学目标**：  （一）思想教育目标：培养面向汽车营销与服务发展需要，拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的德、智、体、美等方面全面发展的高素质技术技能型人才。  （二）知识教学目标：能说出汽车的发动机、底盘、车身等各个系统的组成和作用； 能初步进行市场调查、分析和预测，制定营销目标和营销策略能在汽车营销的各个工作流程工作。  （三）技能教学目标：能够掌握汽车营销的相关知识和技巧，包括、汽车销售流程、顾客购车行为的分析及应对、基本礼仪、客户关系的维护、FAB六方位绕车的讲解、汽车营销相关法律法规、相关财务知识、汽车信贷、汽车保险、车辆服务知识等。  **教学重点：**汽车营销概述；汽车市场营销环境；汽车市场调查与预测；汽车市场营销战略与营销策划；汽车消费心理与消费行为；汽车市场细分与目标市场定位；汽车产品策略；汽车价格策略；汽车促销策略；汽车销售渠道与模式；汽车销售实务。  **教学难点：**汽车营销概述；汽车市场营销环境；汽车市场调查与预测；汽车市场营销战略与营销策划；汽车消费心理与消费行为；汽车市场细分与目标市场定位；汽车产品策略；汽车价格策略；汽车促销策略；汽车销售渠道与模式；汽车销售实务。  **提高教学质量的主要措施：**  1.课堂是教师实现自我，展现自我的舞台：是学生学习知识，不断成长的圣地，是师生共同努力提高教学成绩的主阵地、主战场。“主战场”的战打好了，教学的效率和质量都有了。因此，我们要将课堂教学当做头等大事对待。  2.做好课前准备。这里说的准备不光是教案、课件、教具和学具的准备，更重要的是教师自我心理上的准备。  3.钻研教材，精心设计教学环节，上好每一节课。教学环节必须简洁、又可操作性，要适合本班的学生，要利于学生接受。只有在吃透课标、深钻教材、研究学生的前提下，才能做到精心备课，在教学中胸有成竹和有的放矢。在备课过程中，不仅要考虑到怎样教，还要考虑到学生怎样学。  4.注重课堂评价，多表扬学生，让学生充分意识到自己的优点。同时要特别注意培养那些内向、胆小的学生是自信心。在我们的学生中有一些学生，他们的成绩一般，上课认真听讲，也按时完成作业，但上课回答问题的时候声音很小，或从不主动回答问题。这样的学生其实是有很大潜力的，只要我们老师抓住机会适时表扬，他们的成绩肯定会有一个飞跃。  5.精讲多练，重在落实----优化课堂教学模式  课堂教学要精讲多练，把大量的空间和时间还给学生，让他们自由支配，做学习的真正主人。对于基础较差的学生，可灵活调整讲授时间，但也不宜超过50% 。精讲多练是教师主导与学生主体的具体体现。精讲，即蜻蜓点水，画龙点睛，直截了当，不绕圈子，不说题外话；多练，即学生反复实践和应用，这是学生吸收和消化知识的重要途径。练可以是口头的、笔头的，个体的或集体的，也可以是单项的或综合的。要提高课堂教学质量，还必须注重当堂知识当堂消化，杜绝课内损失课外补的不良做法。将大量的课堂练习变成了课外作业，加重了学生的课业负担和心理负担。学生每天埋头挣扎在作业堆里，无法自主支配，无法发挥特长。课内损失课外补的做法于人于己都没有好处。不仅自己的教学内容没有教过手，心中没有塌实感，有的甚至炒“回锅肉”，费力不讨好；而且会僵化师生关系，学生怨声载道，拒而远之，久则产生厌学情绪，何谈提高教学质量。 | | | | | | |
| 教研室审核意见  教研室主任（签字）：　　　　 年 月 日 | | | 二级学院审核意见  院长（签字）：　　 　　　　 年 月 日 | | | |
| 教务处审核意见  教务处长（签字）：　　　　 年 月 日 | | | 分管教学校长审核意见  分管校长（签字）：　　 　　　　 年 月 日 | | | |

**四川科技职业学院学期授课计划（二）**

| **教学周次** | **学时分配** | | | **课次** | **授课章节、实训及其他教学内容** | | **授课**  **地点** | **作业布置** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **讲授** | **习题** | **实训** |
| 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1. 汽车营销概述   1.汽车与汽车市场2.市场营销含义和市场营销观念3.市场营销要素和市场营销组合4.复习思考题 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 1 | 0 | 0 | 2 | 2 | 1. 汽车营销概述   （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1. 汽车营销概述 （实训项目完成与展示） 2. 汽车市场营销环境 1.企业市场营销环境概述2.汽车市场营销宏观环境分析 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 2 | 1 | 1 | 0 | 2 | 第二章 汽车市场营销环境  3.汽车市场营销微观环境分析4.复习思考题 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第二章 汽车市场营销环境  （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 3 | 1 | 0 | 1 | 2 | 第二章 汽车市场营销环境 （实训项目完成与展示）  第三章 汽车市场调查与预测  1.汽车市场调查 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 4 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1. 汽车市场调查与预测   2.汽车市场预测 3.复习思考题 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 4 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第三章 汽车市场调查与预测（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 5 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第三章 汽车市场调查与预测（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 5 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第三章 汽车市场调查与预测（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 6 | 2 | 0 | 0 | 2 | 1. 汽车市场营销战略与营销规划   1.企业市场营销战略分析2.汽车营销策划 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 6 | 0 | 1 | 1 | 2 | 第四章 汽车市场营销战略与营销规划  1.复习思考题  2.（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 7 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第四章 汽车市场营销战略与营销规划  （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 7 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1. 汽车消费心理与目标市场定位   1.汽车市场用户特点及用户类型2.汽车生活及生产资料市场的消费心理与行为3.复习思考题 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 8 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第五章 汽车消费心理与消费行为  （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 8 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1. 汽车消费心理与消费行为   （实训项目完成与展示）   1. 汽车市场细分与目标市场定位   1.汽车市场细分 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 9 | 1 | 1 | 0 | 2 | 第六章 汽车市场细分与目标市场定位  2.汽车目标市场策略3.汽车企业的产品市场定位  4.复习思考题 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 9 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第六章 汽车市场细分与目标市场定位  （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 10 | 1 | 0 | 1 | 2 | 第六章 汽车市场细分与目标市场定位  （实训项目完成与展示）   1. 汽车产品策略1.汽车产品及产品组合2.汽车产品的寿命周期及其策略 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 10 | 0 | 1 | 1 | 2 | 第七章 汽车产品策略  3.复习思考题4.（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 11 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第七章 汽车产品策略（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 11 | 1 | 0 | 1 | 2 | 第七章 汽车产品策略（实训项目完成与展示）  第八章 汽车价格策略  1.汽车产品价格形成2.影响汽车产品价格的主要因素3.汽车定价策略 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 12 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1. 汽车价格策略   4.复习思考题5.（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 12 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第八章 汽车价格策略  （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 13 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1. 汽车促销策略   1.促销、促销组合概念2.人员推销策略3.营业推广策略4.汽车广告策略5.汽车销售促进6.汽车促销策略的制订7.复习思考题 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 13 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第九章 汽车促销策略（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 14 | 1 | 0 | 1 | 2 | 第九章 汽车促销策略（实训项目完成与展示）  第十章 汽车销售渠道与模式  1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 14 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1. 汽车销售渠道与模式   1.复习思考题2.（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 15 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第十章 汽车销售渠道与模式  （实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 15 | 2 | 0 | 0 | 2 | 1. 汽车销售实务   1.汽车销售中的实物流业务2.汽车销中的服务流业务 | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 16 | 0 | 1 | 1 | 2 | 第十一章 汽车销售实务  1.复习思考题2.（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 16 | 0 | 0 | 2 | 2 | 第十一章 汽车销售实务（实训项目完成与展示） | | 多媒体教室 | 实训项目  课后作业 |
| 17 |  |  |  |  | 复习 | | 多媒体教室 |  |
|  |  |  |  |  |  | |  |  |
| **合计** | **16** | **11** | **37** | **64** | **作业布置**  **汇总** | **理论10次+实训11次** | | |

**教 案**

（ 2018年 秋季学期）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称（全称）：** | 汽车营销 | | |
| **课 程 代 码：** |  | | |
| **课程计划总学时：** | 64 | **本学期学时：** | 64 |
| **所 属 学 院：** | 中德学院 | **教研室：** | 汽车  教研室 |
| **任 课 教 师：** | 包兴婷 | | |
| **制 订 日 期：** | 2018年9月1日 | | |

四川科技职业学院教学事业部 制

2018年9月1日

第1次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车营销概述 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解市场及汽车市场的含义、市场营销的相关概念；了解市场营销观念的演变过程及各阶段的特点，理解汽车市场营销观念是汽车市场营销活动的出发点等 |
| 重点与难点 | 重 点：1.汽车与汽车市场2.市场营销含义和市场营销观念3.市场营销要素和市场营销组合  难 点：1.汽车与汽车市场2.市场营销含义和市场营销观念3.市场营销要素和市场营销组合 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 市场营销学什么?  市场营销的含义?  市场营销观念? |
| 授课要点 | 汽车与汽车市场；市场营销含义和市场营销观念；市场营销要素和市场营销组合 |
| 课内作业 | 1. 什么是汽车市场?什么是汽车市场营销? 2. 简述汽车市场营销观念的演变过程?市场营销观念应遵循的宗旨是什么? 3. 当前我国汽车市场营销有哪些发展趋势? 4. 影响我国汽车市场的主要因素有哪些? |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，教师说明上课要求，强调课堂纪律管理和本门课的考核方法。  3、说课  **二、新课引入**  为什么要学习汽车营销？  1、适应对外开放的需要  2、适应市场经济发展的需要  3、适应现代信息社会的需要  4、适应社会稳定的需要 | 讨论：汽车营销课程对于学生的就业、创业有何帮助？ | 我们作为汽车营销专业学生，为什么要学习该课程？ |
| **2.理论授课**  **（35分钟）** | 一、理论知识   1. 汽车与汽车市场   2.市场营销含义和市场营销观念  3.市场营销要素和市场营销组合 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 | 1. 你对汽车市场的看法   2.市场营销的含义 |
| **3.理论授课**  **（35分钟）** | 1. 习题课   1.什么是汽车市场?什么是汽车市场营销?  2.简述汽车市场营销观念的演变过程?市场营销观念应遵循的宗旨是什么?  3.当前我国汽车市场营销有哪些发展趋势?  4.影响我国汽车市场的主要因素有哪些? | 全面完成理论知识的复习 |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）什么是汽车市场，什么是汽车市场营销（广义及狭义）  （2）市场营销的含义  （3）市场的观念发展过程?  （4）中国汽车市场营销的发展?  2、作业布置**（实训项目公布，课后完成，课上讲解）** | 完成作业并上交 |  |

第2次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车营销概述 |
| 教学目的 | 通过本次实训，让学生学生了解到市场营销环境中沟通协调工作的重要性，通过本次实际训练，让学生试着与3位陌生人拍照交流，以此锻炼学生的胆量。 |
| 重点与难点 | 重点：如何与陌生沟驼交流  难点：放下心中包袱，大胆与人交流 |
| 教学设计  概述 | 本学生以人人为单位，完成实训任务，制作PPT，完成汇报且填写实训报告 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备、手机 |
| 复习提问 | （1）什么是汽车市场，什么是汽车市场营销？  （2）市场营销的含义  （3）市场的观念发展过程?  （4）中国汽车市场营销的发展? |
| 授课要点 | 1.锻炼学生的沟通与表达能力  2.让学生与陌人接触，多感受，掌握交流窍门。 |
| 课内作业 | 1. 学生试着与3位陌生人拍照交流，并制作PPT和展示说明。 2. 按组，各组依次，依个人逐个上台讲解分享 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  （1）什么是汽车市场，什么是汽车市场营销？  （2）市场营销的含义  （3）市场的观念发展过程?  （4）中国汽车市场营销的发展? |  |  |
| **2.实训项目一**  **（70分钟）** | **任务一 试着与3位陌生人拍照交流**  任务情景描述： 每位同学尝试找3位陌生人拍照交流  步骤1：寻找3位陌生人，以恰当的方式与之沟通说明来意。  步骤2：获得该陌生人同意以后，与之拍照合影。  **任务二 针对沟通拍照过程制作PPT并展示说明**  任务情景描述：完成任务一以后，针对该过程制作PPT并展示说明。  步骤1：针对任务一的拍照过程制作PPT。  步骤2：向班级同学展示说明PPT并分享自己的心得体会。 |  |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1. 总结各组实训工作情况 2. 各组上交作业 3. 填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第3次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车营销概述及汽车营销环境 |
| 教学目的 | 持续完成“练胆测试”个人汇报，且通过学习第2章知识，使学生掌握 企业市场营销环境含义；汽车市场营销宏观环境、微观环境分析相关内容 |
| 重点与难点 | 重点： 1.企业市场营销环境概述2.汽车市场营销宏观环境分析3.汽车市场营销微观环境分析  难点：2.汽车市场营销宏观环境分析3.汽车市场营销微观环境分析 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | （1）什么是汽车市场，什么是汽车市场营销？  （2）市场营销的含义  （3）市场的观念发展过程?  （4）中国汽车市场营销的发展? |
| 授课要点 | 1.企业市场营销环境概述  2.汽车市场营销宏观环境分析  3.汽车市场营销微观环境分析 |
| 课内作业 | 1. 多选择题   1、市场营销的最终目标是（ ）。  A 满足需求 B 满足欲望 C 满足市场  2、价值链分析包括（ ）内容。  A 识别价值活动 B 确立活动类型 C 分析企业的竞争优势  3、汽车市场营销环境按其对企业营销活动的影响方式、影响程度和影响范围的  不同，可以区分为（ ）。  A 微观环境 B 满足欲望 C 宏观环境 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，教师说明上课要求，强调课堂纪律管理和本节课的主要学习内容。  **二、课程引入**  案例导入  提问  学生回答  教师分析诠释 |  |  |
| **2.实训项目一**  **（35分钟）** | 1. “锻炼你的胆量”个人分享持续完成   1.PPT展示  2.个人讲解 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **3.理论授课**  **（35分钟）** | 1. 第二章 汽车营销环境 理论知识讲解   1.企业市场营销环境概述  2.汽车市场营销宏观环境分析  -政治环境  -经济环境  -法律环境  -技术环境  -社会文化环境  -人口环境 |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）企业市场营销环境概述  （2）汽车市场营销宏观环境分析  2、作业布置**（实训项目公布，完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 | 无 |

第4次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车营销环境 |
| 教学目的 | 通过学习第2章知识，使学生掌握企业市场营销战略分析的内容与方法，同时能独立进行汽车市场营销策划。并独立完成作业。 |
| 重点与难点 | 重点：1.企业市场营销环境概述2.汽车市场营销宏观环境分析3.汽车市场营销微观环境分析  难点：3.汽车市场营销微观环境分析 |
| 教学设计  概述 | 本学生以组为单位，完成实训任务，分工协作，完成实训报告填写 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备、手机、电脑 |
| 复习提问 | 1.企业市场营销环境概念  2.汽车市场营销宏观环境有哪几个方面？ |
| 授课要点 | 汽车市场营销微观环境分析 |
| 课内作业 | 二、判断题  （ ）1、世界上第一辆汽车产生于美国。  （ ）2、交往能力是天生的，能否成为优秀的营销人员主要取决于天生的能力。  （ ）3、周到、完善的售后服务是产品功能的延长。  （ ）4、销售人员应该先坐下，然后请顾客入座。  三、简答题  市场营销环境的含义及特点哪些？ |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容   1. **课前复习**   1.企业市场营销环境概念  2.汽车市场营销宏观环境有哪几个方面？ |  |  |
| **2.知识点讲解**  **（70分钟）** | 1. 理论知识讲解   知识点：汽车市场营销微观环境分析  供应商、客户、内部员工等 |  |  |
| 1. **完成习题**   判断题  （ ）1、世界上第一辆汽车产生于美国。  （ ）2、交往能力是天生的，能否成为优秀的营销人员主要取决于天生的能力。  （ ）3、周到、完善的售后服务是产品功能的延长。  （ ）4、销售人员应该先坐下，然后请顾客入座。  简答题：市场营销环境的含义及特点哪些？ |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车市场营销微观环境包括哪些方面？  2、作业布置**（实训项目公布，理论作业完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第5次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车营销环境 |
| 教学目的 | 通过本次实训，让学生掌握营销环境分析的相关理论知识，并能学会应用SWOT的分析方法，用方法找到问题，并能解决问题。 |
| 重点与难点 | 重点：SWOT方法的知识  难点：对SWOT的应用 |
| 教学设计  概述 | 本学生以组为单位，完成实训任务，分工协作，完成实训报告填写 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备、手机 |
| 复习提问 | 微观环境指哪些方面？ |
| 授课要点 | 1. SWOT分析法 2. 十字结构及矩阵结构分析 |
| 课内作业 |  |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习** |  |  |
| **2.实训项目一**  **（70分钟）** |  |  |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第6次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车营销环境及汽车市场调查与预测 |
| 教学目的 | 持续完成SWOT分析实训，通过学习本章节知识，使学生掌握掌握汽车市场调研所涉及的内容、调研步骤和方法，为以后进行市场调研打下坚实的基础。 |
| 重点与难点 | 重点：1.汽车市场调查2.汽车市场预测  难点：1.汽车市场调查2.汽车市场预测 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | SWOT中的S、W、O、T分别指什么？ |
| 授课要点 | 1.汽车市场调查2.汽车市场预测 |
| 课外作业 | 一、多项选择题  1.调查问卷设计类型可分为（）。  A 随机式问卷 B 开放式问卷 C 选择式问卷  2.简单随机抽样时从被调查的市场总体中，随机抽取若干个体作为样本而不作任何有目的地选择，因此，简单随机抽样的抽样方法有（）。  A 抽签法 B 乱数表法 C 等距离随机抽样  二、单项选择题  1.在市场调查中，调查买什么、什么时候买、购买量等内容是什么研究。  A、产品研究 B、营销环境研究 C、消费者研究 D、促销沟通研究  三、问答题  什么是市场调研？ |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程引入**  案例导入  提问  解说 |  |  |
| **2.实训项目二**  **（35分钟）** | 1. 实训“小凯该不该向情敌挑战”   1.战略的制定  2.具体的方法 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **3.理论授课**  **（35分钟）** | 1. 理论知识讲解 2. 汽车市场调查 3. 汽车市场预测 |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车市场调查  （2）汽车市场预测  2、作业布置**（完成理论作业撰写并上交）** | 完成作业并上交 | 无 |

第7次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车市场调查与预测 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生掌握掌握汽车市场调研所涉及的内容、调研步骤和方法，为以后进行市场调研打下坚实的基础。。 |
| 重点与难点 | 重点：1.市场预测的含义？2.市场预测的方法与内容？  难点：1.市场预测的含义？2.市场预测的方法与内容？ |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.什么是市场调查？  2.市场调查的步骤  3.市场调查的方法与内容？ |
| 授课要点 | 知识点：  1.市场预测的含义？  2.市场预测的方法与内容？  3.完成复习思考题 |
| 课内作业 | 一、多项选择题  1.调查问卷设计类型可分为（）。  A 随机式问卷 B 开放式问卷 C 选择式问卷  2.简单随机抽样时从被调查的市场总体中，随机抽取若干个体作为样本而不作任何有目的地选择，因此，简单随机抽样的抽样方法有（）。  A 抽签法 B 乱数表法 C 等距离随机抽样  二、单项选择题  1.在市场调查中，调查买什么、什么时候买、购买量等内容是什么研究。  A、产品研究 B、营销环境研究 C、消费者研究 D、促销沟通研究  三、问答题  什么是市场预测？方法有哪些？ |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.什么是市场调查？  2.市场调查的步骤  3.市场调查的方法与内容？ |  |  |
| **2.理论授课**  **（35分钟）** | 1. 理论知识讲解   1.市场预测的含义  2.市场预测的方法分析 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **3.实训项目**  **（35分钟）** | 1. 完成复习思考题   **多项选择题**  1.调查问卷设计类型可分为（）。  A 随机式问卷 B 开放式问卷 C 选择式问卷  2.简单随机抽样时从被调查的市场总体中，随机抽取若干个体作为样本而不作任何有目的地选择，因此，简单随机抽样的抽样方法有（）。  A 抽签法 B 乱数表法 C 等距离随机抽样  **单项选择题**  1.在市场调查中，调查买什么、什么时候买、购买量等内容是什么研究。  A、产品研究 B、营销环境研究 C、消费者研究 D、促销沟通研究  **问答题**  什么是市场预测？方法有哪些？ |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车市场调查  （2）汽车市场预测  2、作业布置**（完成理论作业撰写并上交）** | 完成作业并上交 | 无 |

第8次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车市场调查与预测 |
| 教学目的 | 通过本次实训，使学生掌握市场调查的相关知识点、明确市场调查与预测的步骤与内容，能灵活运用方法与操作实践。 |
| 重点与难点 | 重点：市场调研问卷的制作与调查  难点：市场调研问卷的制作与调查 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.什么是市场预测？  2.方法有哪些？ |
| 实训要点 | 实训任务分配、讨论、制作问卷、分发、统计、PPT、汇报、总结 |
| 课内作业 | ①教师分配题目  ②学生以组为单位分工、头脑风暴设计问卷  ③打印、分发、调查  ④数据汇总  ⑤PPT制作  ⑥专业汇报  ⑦总结 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.什么是市场预测？  2.方法有哪些？ |  |  |
| **2.实训**  **（70分钟）** | 实训任务——市场调研问卷的制作与调查  操作步骤：  ①教师分配题目  ②学生以组为单位分工、头脑风暴设计问卷  ③打印、分发、调查  ④数据汇总  ⑤PPT制作  ⑥专业汇报  ⑦总结 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 | 无 |

第9次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车市场调查与预测 |
| 教学目的 | 通过本次实训，使学生掌握市场调查的相关知识点、明确市场调查与预测的步骤与内容，能灵活运用方法与操作实践。 |
| 重点与难点 | 重点：市场调研问卷的制作与调查  难点：市场调研问卷的制作与调查 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.什么是市场预测？  2.方法有哪些？ |
| 实训要点 | 实训任务分配、讨论、制作问卷、分发、统计、PPT、汇报、总结 |
| 课内作业 | ①教师分配题目  ②学生以组为单位分工、头脑风暴设计问卷  ③打印、分发、调查  ④数据汇总  ⑤PPT制作  ⑥专业汇报  ⑦总结 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.什么是市场预测？  2.方法有哪些？ |  |  |
| **2.实训**  **（70分钟）** | 实训任务——市场调研问卷的制作与调查  操作步骤：  ①教师分配题目  ②学生以组为单位分工、头脑风暴设计问卷  ③打印、分发、调查  ④数据汇总  ⑤PPT制作  ⑥专业汇报  ⑦总结 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 | 无 |

第10次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 汽车市场调查与预测 |
| 教学目的 | 通过本次实训，使学生掌握市场调查的相关知识点、明确市场调查与预测的步骤与内容，能灵活运用方法与操作实践。 |
| 重点与难点 | 重点：市场调研问卷的制作与调查  难点：市场调研问卷的制作与调查 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.什么是市场预测？  2.方法有哪些？ |
| 实训要点 | 实训任务分配、讨论、制作问卷、分发、统计、PPT、汇报、总结 |
| 课内作业 | ①教师分配题目  ②学生以组为单位分工、头脑风暴设计问卷  ③打印、分发、调查  ④数据汇总  ⑤PPT制作  ⑥专业汇报  ⑦总结 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.什么是市场预测？  2.方法有哪些？ |  |  |
| **2.实训**  **（70分钟）** | 实训任务——市场调研问卷的制作与调查  操作步骤：  ①教师分配题目  ②学生以组为单位分工、头脑风暴设计问卷  ③打印、分发、调查  ④数据汇总  ⑤PPT制作  ⑥专业汇报  ⑦总结 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 | 无 |

第11次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第四章 汽车营销战略与营销规划 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车市场营销战略的概念、特征和主要内容；了解汽车售后服务对企业增强核心竞争力的重要性；通过分析竞争环境和竞争对手，来确立汽车企业市场竞争地位和基本竞争战略。 |
| 重点与难点 | 重点：汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容  难点：汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1. 什么是市场调研 2. 市场调研的步骤 3. 什么是市场预测 |
| 授课要点 | 1.汽车市场营销战略的内涵与特征  2.汽车服务战略  3.顾客满意战略  4.汽车市场竞争战略  5.汽车营销策划内容 |
| 课内作业 | 一、单项选择题  1.随着市场竞争的加剧，企业越来越注重竞争的效率，对（）的争夺成为现代企业竞争的着力点。  A 产品质量 B 顾客资源 C 产品价格  2.决定顾客满意因素的结构层次的是（）。  A 顾客群体 B 结构维度 C 市场类型  二、多项选择题  1.汽车厂商的竞争战略（）。  A 成本领先战略 B 产品差异化战略 C 经营集中化战略  2.汽车目标市场营销战略的基本过程（）。  A 市场细分 B 目标市场选择 C 市场进入   1. 名词解释   1.营销战略  2.竞争战略 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.什么是市场调研  2.市场调研的步骤  3.什么是市场预测 |  |  |
| **2.理论授课**  **（70分钟）** | 理论知识讲授  1.汽车市场营销战略的内涵与特征  2.汽车服务战略  3.顾客满意战略  4.汽车市场竞争战略  5.汽车营销策划内容 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车市场营销战略的内涵与特征  （2）汽车服务战略  （3）顾客满意战略  （4）汽车市场竞争战略  （5）汽车营销策划内容  2、作业布置**（实训布置）** | 完成作业并上交 | 无 |

第12次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第四章 汽车营销战略与营销规划 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车市场营销战略的概念、特征和主要内容；了解汽车售后服务对企业增强核心竞争力的重要性；通过分析竞争环境和竞争对手，来确立汽车企业市场竞争地位和基本竞争战略。 |
| 重点与难点 | 重点：汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容  难点：汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.汽车市场营销战略的内涵与特征2.汽车服务战略3.顾客满意战略4.汽车市场竞争战略5.汽车营销策划内容 |
| 授课要点 | 完成复习思考题 |
| 课内作业 | 一、单项选择题  1.随着市场竞争的加剧，企业越来越注重竞争的效率，对（）的争夺成为现代企业竞争的着力点。  A 产品质量 B 顾客资源 C 产品价格  2.决定顾客满意因素的结构层次的是（）。  A 顾客群体 B 结构维度 C 市场类型  二、多项选择题  1.汽车厂商的竞争战略（）。  A 成本领先战略 B 产品差异化战略 C 经营集中化战略  2.汽车目标市场营销战略的基本过程（）。  A 市场细分 B 目标市场选择 C 市场进入  三、名词解释  1.营销战略  2.竞争战略  四、简答题  1.简述汽车市场营销战的特征和主要内容  2.一个汽车企业应该怎样识别自己的竞争对手？  3.试举例说明汽车市场中企业的基本竞争战略。 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.汽车市场营销战略的内涵与特征2.汽车服务战略  3.顾客满意战略 4.汽车市场竞争战略  5.汽车营销策划内容 |  |  |
| **2.习题课**  **（35分钟）** | 一、单项选择题  1.随着市场竞争的加剧，企业越来越注重竞争的效率，对（）的争夺成为现代企业竞争的着力点。  A 产品质量 B 顾客资源 C 产品价格  2.决定顾客满意因素的结构层次的是（）。  A 顾客群体 B 结构维度 C 市场类型  二、多项选择题  1.汽车厂商的竞争战略（）。  A 成本领先战略 B 产品差异化战略 C 经营集中化战略  2.汽车目标市场营销战略的基本过程（）。  A 市场细分 B 目标市场选择 C 市场进入  三、名词解释 1.营销战略 2.竞争战略  四、简答题  1.简述汽车市场营销战的特征和主要内容  2.一个汽车企业应该怎样识别自己的竞争对手？  3.试举例说明汽车市场中企业的基本竞争战略。 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **3.实训项目**  **（35分钟）** | 实训项目：调查三家企业核心战略  学生以组为单位  通过网络展开企业战略调查  三择其一（最具代表性）可为汽车企业亦可是其类企业  PPT制作  汇报其核心战略内容 |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 | 无 |

第13次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第四章 汽车营销战略与营销规划 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车市场营销战略的概念、特征和主要内容；了解汽车售后服务对企业增强核心竞争力的重要性；通过分析竞争环境和竞争对手，来确立汽车企业市场竞争地位和基本竞争战略。 |
| 重点与难点 | 重点：汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容  难点：汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.汽车市场营销战略的内涵与特征2.汽车服务战略3.顾客满意战略4.汽车市场竞争战略5.汽车营销策划内容 |
| 授课要点 | 完成实训 |
| 课内作业 | 实训项目：调查三家企业核心战略  1.学生以组为单位  2.通过网络展开企业战略调查  3.三择其一（最具代表性）可为汽车企业亦可是其类企业  4.PPT制作  5.汇报其核心战略内容 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.汽车市场营销战略的内涵与特征2.汽车服务战略  3.顾客满意战略 4.汽车市场竞争战略  5.汽车营销策划内容 |  |  |
| **2.实训项目**  **（70分钟）** | 实训项目：调查三家企业核心战略  1.学生以组为单位  2.通过网络展开企业战略调查  3.三择其一（最具代表性）可为汽车企业亦可是其类企业  4.PPT制作  5.汇报其核心战略内容 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 | 无 |

第14次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第五章 汽车消费心理与目标市场定位 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生认识汽车用户购买心理及购买行为的一般过程；掌握影响汽车消费者购买心理和行为的各种因素。 |
| 重点与难点 | 重点：汽车用户消费心理概述；汽车市场用户特点及用户类型；汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为  难点：汽车用户消费心理概述；汽车市场用户特点及用户类型；汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容 |
| 授课要点 | 1.汽车用户消费心理概述  2.汽车市场用户特点及用户类型  3.汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 |
| 课内作业 | 1. 单选题   1.影响消费者购车行为的因素（ ）。  A、政治因素 B、经济因素 C、社会因素 D、文化因素  2.消费者的购买行为受到哪些心里因素影响（ ）。  A、动机 B、知觉 C、学习 D、刺激  3.汽车消费市场的主要特点（ ）。  A、消费需求的多样性 B、消费需求的发展性  C、消费需求的层次性 D、消费需求的不可诱导性  二、简答题  1.简述汽车消费者购买行为的含义  2.影响汽车消费者购买行为的因素主要有哪些？  3.一般汽车消费者主要的购买动机有哪些？ |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  汽车市场营销战略的内涵与特征；汽车服务战略；顾客满意战略；汽车市场竞争战略；汽车营销策划内容 |  |  |
| **2.理论授课**  **（35分钟）** | 一、理论知识讲解：  1.汽车用户消费心理概述  2.汽车市场用户特点及用户类型  3.汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **3.习题课**  **（35分钟）** | 1. 习题课   **单选题**  1.影响消费者购车行为的因素（ ）。  A、政治因素 B、经济因素 C、社会因素 D、文化因素  2.消费者的购买行为受到哪些心里因素影响（ ）。  A、动机 B、知觉 C、学习 D、刺激  3.汽车消费市场的主要特点（ ）。  A、消费需求的多样性 B、消费需求的发展性  C、消费需求的层次性 D、消费需求的不可诱导性  **简答题**  1.简述汽车消费者购买行为的含义  2.影响汽车消费者购买行为的因素主要有哪些？  3.一般汽车消费者主要的购买动机有哪些？ |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车用户消费心理概述  （2）汽车市场用户特点及用户类型  （3）汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为  2、作业布置**（实训布置）** | 完成作业并上交 | 无 |

第15次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第五章 汽车消费心理与目标市场定位 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生认识汽车用户购买心理及购买行为的一般过程；掌握影响汽车消费者购买心理和行为的各种因素。 |
| 重点与难点 | 重点：汽车用户消费心理概述；汽车市场用户特点及用户类型；汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为  难点：汽车用户消费心理概述；汽车市场用户特点及用户类型；汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.汽车用户消费心理概述  2.汽车市场用户特点及用户类型  3.汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 |
| 授课要点 | 完成实训项目   1. 心理测试 2. 调查购买决策 |
| 实训作业 | 1. 本测验共有60个问题，只要你能根据自己的实际行为表现如实回答，就能帮助你确定自己的气质类型。在回答这些问题时要实事求是，怎么想的，怎么做的，就怎样选择。  2.“消费者购买决策调查”  以组为单位  拟出口头询问题纲  访问记录汇总  PPT制作并汇报 |

教学设计与教学内容

| 时间分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤，  3.教师说明上课要求，强调课堂纪律  4.说明本节课的主要学习内容。  **二、课程知识点回顾**  1.汽车用户消费心理概述  2.汽车市场用户特点及用户类型  3.汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 |  |  |
| **2.实训项目**  **（70分钟）** | 1. 本测验共有60个问题，只要你能根据自己的实际行为表现如实回答，就能帮助你确定自己的气质类型。在回答这些问题时要实事求是，怎么想的，怎么做的，就怎样选择。  2.“消费者购买决策调查”  以组为单位  拟出口头询问题纲  访问记录汇总  PPT制作并汇报 | 认真听课；与教师互动；并完成笔记的撰写 |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 | 无 |

第16次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第五章 汽车消费心理与目标市场定位及第六章 汽车市场细分与目标市场定位 |
| 教学目的 | 通过实训让学生对消费者的心理和行为有更深刻的认识。同时通过学习本章节知识，使学生掌握汽车市场定位相关知识及能运用的汽车目标市场策略有哪些？ |
| 重点与难点 | 重点：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略  难点：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.汽车用户消费心理概述  2.汽车市场用户特点及用户类型  3.汽车生活主生产资料市场的消费心理与行为 |
| 授课要点 | 完成实训项目：消费者调查购买决策  理论：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略 |
| 课内作业 | 1. 单选题   1.有效市场细分的条件（ ）。  A、差异性 B、可衡量性 C、可盈利性 D、可进入性  二、多选题  1.汽车市场细分的标准（）。  A 地理位置 B 人口特点 C 购买者心理  三、判断题  1.以一种形象面对两个目标市场的包装策略成为多重定位策略。（ ）  四、简答题  1.市场细分时通常选用多个标准交驻叉使用，这比使用单个标准更容易产生什么问题？请举例说明两种细分方法的区别.  2.汽车市场定位的方式有哪些？ |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  无 |  |  |
| **2.实训项目**  **（35分钟）** | 一、实训——“消费者购买决策调查”  以组为单位  拟出口头询问题纲  访问记录汇总  PPT制作并汇报 |  |  |
| **3.理论学习（35分）** | 二、理论知识讲解：  1.汽车市场细分概念  2.作用  3.市场细分的依据 |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册  4、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车市场细分概念  （2）市场细分的作用  （3）市场细分的依据  5、作业布置**（实训布置，理论作业学生完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第17次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第六章 汽车市场细分与目标市场定位 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生掌握汽车市场定位相关知识及能运用的汽车目标市场策略有哪些？ |
| 重点与难点 | 重点：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略  难点：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.汽车市场细分概念  2.作用  3.市场细分的依据 |
| 授课要点 | 理论：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略 |
| 课内作业 | 一、单选题  1.有效市场细分的条件（ ）。  A、差异性 B、可衡量性 C、可盈利性 D、可进入性  二、多选题  1.汽车市场细分的标准（）。  A 地理位置 B 人口特点 C 购买者心理  三、判断题  1.以一种形象面对两个目标市场的包装策略成为多重定位策略。（ ）  四、简答题  1.市场细分时通常选用多个标准交驻叉使用，这比使用单个标准更容易产生什么问题？请举例说明两种细分方法的区别.  2.汽车市场定位的方式有哪些？ |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.汽车市场细分概念  2.作用  3.市场细分的依据 |  |  |
| **2.理论课**  **（35分钟）** | **一、理论讲授**  1.选择目标市场的方法  2.如何评价目标市场  3.目标市场的营销策略  4.市场定位的概念、方式、步骤、策略 |  |  |
| **3.习题课（35分钟）** | **二、完成复习思考题**  单选题  1.有效市场细分的条件（ ）。  A、差异性 B、可衡量性 C、可盈利性 D、可进入性  多选题  1.汽车市场细分的标准（）。  A 地理位置 B 人口特点 C 购买者心理  判断题  1.以一种形象面对两个目标市场的包装策略成为多重定位策略。（ ）  简答题  1.市场细分时通常选用多个标准交驻叉使用，这比使用单个标准更容易产生什么问题？请举例说明两种细分方法的区别.  2.汽车市场定位的方式有哪些？ |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）选择目标市场的方法  （2）如何评价目标市场  （3）目标市场的营销策略  （4）市场定位的概念、方式、步骤、策略  2、作业布置**（实训布置，理论作业学生完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第18次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第六章 汽车市场细分与目标市场定位 |
| 教学目的 | 通过实训项目的完成，使学生掌握汽车市场定位相关知识及能运用的汽车目标市场策略有哪些？ |
| 重点与难点 | 重点：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略  难点：汽车市场细分概念；作用；市场细分的依据；选择目标市场的方法；如何评价目标市场；目标市场的营销策略及目标市场定位的概念、方式、步骤、策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.选择目标市场的方法  2.如何评价目标市场  3.目标市场的营销策略  4.市场定位的概念、方式、步骤、策略 |
| 授课要点 | 完成实训项目 |
| 课内作业 | ①对服装市场进行细分  ②搜集市场细分成功的案例  通过PPT进行展示并汇报（以组为单位） |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.选择目标市场的方法  2.如何评价目标市场  3.目标市场的营销策略  4.市场定位的概念、方式、步骤、策略 |  |  |
| **2.实训课**  **（70分钟）** | 实训项目：  ①对服装市场进行细分  ②搜集市场细分成功的案例  通过PPT进行展示并汇报（以组为单位） |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第19次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第六章 汽车市场细分与目标市场定位 第七章 汽车产品策略 |
| 教学目的 | 通过实训项目的完成，使学生掌握汽车市场定位相关知识及能运用的汽车目标市场策略有哪些？同时通过学习第七章节知识，使学生掌握汽车产品策略相关知识。 |
| 重点与难点 | 重点：产品生命周期；新产品开发策略；产品组合策略；品牌策略；包装策略  难点：产品生命周期；新产品开发策略；产品组合策略；品牌策略；包装策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 无 |
| 授课要点 | 1.产品生命周期  2.新产品开发策略  3.产品组合策略  4.品牌策略  5.包装策略 |
| 课内作业 | 名词解释：  产品  核心产品  产品生命周期  快带撇指策略  快速渗透策略  全新产品  产品组合策略  品牌  包装 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  无 |  |  |
| **2.实训课**  **（35分钟）** | **一、实训项目完成**  ①对服装市场进行细分  ②搜集市场细分成功的案例  （通过PPT进行展示并汇报（以组为单位） |  |  |
| **3.理论课（35分钟）** | **二、理论知识**  1.产品生命周期  2.新产品开发策略  3.产品组合策略  4.品牌策略  5.包装策略 |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）产品生命周期  （2）新产品开发策略  （3）产品组合策略  （4）品牌策略  （5）包装策略  2、作业布置**（实训布置，理论作业学生完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第20次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第七章 汽车产品策略 |
| 教学目的 | 通过学习第七章节知识，使学生掌握汽车产品策略相关知识。完成习题及相关实训任务。 |
| 重点与难点 | 重点：产品生命周期；新产品开发策略；产品组合策略；品牌策略；包装策略  难点：产品生命周期；新产品开发策略；产品组合策略；品牌策略；包装策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.产品生命周期  2.新产品开发策略  3.产品组合策略  4.品牌策略  5.包装策略 |
| 授课要点 | 完成复习思考题及实训项目“开发新产品” |
| 课内作业 | 名词解释：  产品  核心产品  产品生命周期  快带撇指策略  快速渗透策略  全新产品  产品组合策略  品牌  包装 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.产品生命周期  2.新产品开发策略  3.产品组合策略  4.品牌策略  5.包装策略 |  |  |
| **2.习题课（35分钟）** | **完成复习思考题**  一、名词解释  产品；核心产品；产品生命周期；快速撇指策略；  快速渗透策略；全新产品；产品组合策略；品牌；包装   1. 判断题   1.公众的关注、监督不会对企业的营销产生任何影响。  2.汽车的品牌代表着汽车的价值和附加价值。  三、简述题  请写出至少10个知名汽车品牌。 |  |  |
| **3.实训课（35分钟）** | **实训项目：“开发新产品”**  以组为单位，全体参与讨论构思  学生运用头脑风暴法，进行思维创新并能实施于产品策划中。 |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）产品生命周期  （2）新产品开发策略  （3）产品组合策略  （4）品牌策略  （5）包装策略  2、作业布置**（实训布置，理论作业学生完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第21次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第七章 汽车产品策略 |
| 教学目的 | 通过学习实训，使学生掌握汽车产品策略相关知识，并能完成相关实训任务。 |
| 重点与难点 | 重点：产品生命周期；新产品开发策略；产品组合策略；品牌策略；包装策略  难点：产品生命周期；新产品开发策略；产品组合策略；品牌策略；包装策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.产品生命周期  2.新产品开发策略  3.产品组合策略  4.品牌策略  5.包装策略 |
| 授课要点 | 完成实训任务“新产品开发”及“新产品命名” |
| 课内作业 | 实训（开发新产品、新产品命名）  实训目的：让学生运用头脑风暴法，进行思维创新并能实施于产品策划中。  实训内容：  ①开发某款新产品，进行描述  ②新产品命名训练 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.产品生命周期  2.新产品开发策略  3.产品组合策略  4.品牌策略  5.包装策略 |  |  |
| **2.实训课**  **（70分钟）** | 实训（开发新产品、新产品命名）  实训目的：让学生运用头脑风暴法，进行思维创新并能实施于产品策划中。  实训内容：  ①开发某款新产品，进行描述  ②新产品命名训练 |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第22次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第七章 汽车产品策略 第八章 汽车价格策略 |
| 教学目的 | 完成汽车产品策略相关实训任务。通过第八章 汽车价格策略的学习，让学生掌握汽车定价的方法和策略，能对汽车市场上各种各样，形形色色的汽车定价现象做出分析判断；通过汽车价格探求其背后汽车企业的销售目标和营销策略。 |
| 重点与难点 | 重点：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略  难点：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 无 |
| 授课要点 | 1.完成汽车产品策略相关实训  2.理论：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略 |
| 课内作业 | 1. 判断题   1.汽车的本身价格以及各种相关的使用费用较高。  2.在推销过程中，若潜在客户目前没有购买意愿，为了节约时间我们不用理他。  二、选择题  1.影响定价的因素概括起来有（ ）。  A 成本 B 市场需求 C 竞争因素  2.产品定价法包括（ ）、需求导向定价法和竞争导向定价法。  A、成本加成定价法 B、成本导向定价法  C、盈亏平衡定价法 D、理解价值定价法  3.企业通常所运用的价格政策有（ ）。  A、可变价格政策 B、零售价格 C、非可变价格政策 D、其他价格政策  三、简答题  1.影响汽车价格的主要因素有哪些？汽车的定价目标有哪些？  2.汽车企业的定价方法有哪些？ |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  无 |  |  |
| **2.实训课**  **（35分钟）** | **一、实训**  ①开发某款新产品，进行描述  ②新产品命名训练 |  |  |
| **3.理论课（35分钟）** | **二、理论知识**  1.影响汽车定价的因素  2.汽车定价目标  3.汽车定价方法  4.汽车定价策略 |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）影响汽车定价的因素  （2)汽车定价目标  (3)汽车定价方法  (4)汽车定价策略  2、作业布置**（实训布置，理论作业学生完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第23次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第七章 汽车产品策略 第八章 汽车价格策略 |
| 教学目的 | 通过汽车价格策略的学习，让学生掌握汽车定价的方法和策略，能对汽车市场上各种各样，形形色色的汽车定价现象做出分析判断；通过汽车价格探求其背后汽车企业的销售目标和营销策略。 |
| 重点与难点 | 重点：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略  难点：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.影响汽车定价的因素  2.汽车定价目标  3.汽车定价方法  4.汽车定价策略 |
| 授课要点 | 1. 完成复习思考题 2. 完成实训项目——“价格调查” |
| 课内作业 | 1. 完成课后复习思考题 2. 完成实训项目——“价格调查”   调查5种不同产品价格（可为5个不同品牌汽车）  制作PPT  汇报定价法及优缺点 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.汽车市场细分概念  2.作用  3.市场细分的依据 |  |  |
| **2.习题课**  **（35分钟）** | **一、完成复习思考题**  **判断题**  1.汽车的本身价格以及各种相关的使用费用较高。  2.在推销过程中，若潜在客户目前没有购买意愿，为了节约时间我们不用理他。  **选择题**  1.影响定价的因素概括起来有（ ）。  A 成本 B 市场需求 C 竞争因素  2.产品定价法包括（ ）、需求导向定价法和竞争导向定价法。  A、成本加成定价法 B、成本导向定价法  C、盈亏平衡定价法 D、理解价值定价法  3.企业通常所运用的价格政策有（ ）。  A、可变价格政策 B、零售价格  C、非可变价格政策 D、其他价格政策  **简答题**  1.影响汽车价格的主要因素有？汽车的定价目标有哪些？  2.汽车企业的定价方法有哪些？ |  |  |
| **3.实训课（35分钟）** | **二、**完成实训项目——“价格调查”  调查5种不同产品价格（可为5个不同品牌汽车）  制作PPT  汇报定价法及优缺点 |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第24次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第八章 汽车价格策略 |
| 教学目的 | 通过汽车价格策略的学习，让学生掌握汽车定价的方法和策略，能对汽车市场上各种各样，形形色色的汽车定价现象做出分析判断；通过汽车价格探求其背后汽车企业的销售目标和营销策略。 |
| 重点与难点 | 重点：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略  难点：影响汽车定价的因素；汽车定价目标；汽车定价方法；汽车定价策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.影响汽车定价的因素  2.汽车定价目标  3.汽车定价方法  4.汽车定价策略 |
| 授课要点 | 完成实训项目——“价格调查” |
| 课内作业 | 完成实训项目——“价格调查”  调查5种不同产品价格（可为5个不同品牌汽车）  制作PPT  汇报定价法及优缺点 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.影响汽车定价的因素  2.汽车定价目标  3.汽车定价方法  4.汽车定价策略 |  |  |
| **2.实训课（70分钟）** | 完成实训项目——“价格调查”  调查5种不同产品价格（可为5个不同品牌汽车）  制作PPT  汇报定价法及优缺点 |  |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第25次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第九章 汽车促销策略 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车促销组合的四种主要方式及在制定促销组合时应考虑的各种因素；分别掌握广告、销售促进、人员促销、公共关系促销方式的具体实施细节。 |
| 重点与难点 | 重点：1.汽车促销组合2.汽车广告策略3.汽车销售促进策略4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略  难点：1.汽车促销组合2.汽车广告策略3.汽车销售促进策略4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 汽车定价策略有哪些？ |
| 授课要点 | 理论：汽车促销组合；汽车广告策略；汽车销售促进策略；汽车人员促销策略；汽车公共关系策略 |
| 课内作业 | 1. 选择题   1.人员推销的形式（ ）。  A、上门推销 B、展厅推销 C、会议推销 D、营业推广  2.面对异议坚决的三种处理方式：（ ）  A、直接反驳 B、教训顾客 C、延期法 D、诋毁竞品  二、简答题  1.汽车促销组合主要包括哪些方式？  2.在进行人员促销时，怎样合理地确定促销人员的结构和规模  3.在中国汽车市场上，哪些促销方法和工具对消费者是最有吸引力的？  4.汽车经销商进行营销公关的主要目标是什么？ |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  汽车定价策略有哪些？ |  |  |
| **2.理论课**  **（35分钟）** | **一、理论讲授**  1.汽车促销组合  2.汽车广告策略  3.汽车销售促进策略  4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略 |  |  |
| **3.习题课（35分钟）** | **二、完成复习思考题**  **选择题**  1.人员推销的形式（ ）。  A、上门推销 B、展厅推销 C、会议推销 D、营业推广  2.面对异议坚决的三种处理方式：（ ）  A、直接反驳 B、教训顾客 C、延期法 D、诋毁竞品  **简答题**  1.汽车促销组合主要包括哪些方式？  2.在进行人员促销时，怎样合理地确定促销人员的结构和规模  3.在中国汽车市场上，哪些促销方法和工具对消费者是最有吸引力的？  4.汽车经销商进行营销公关的主要目标是什么？ |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车促销组合  （2）汽车广告策略  （3）汽车销售促进策略  （4）汽车人员促销策略  （5）汽车公共关系策略  2、作业布置**（实训布置，理论作业学生完成撰写并上交）** | 完成作业并上交 |  |

第26次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第九章 汽车促销策略 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车促销组合的四种主要方式及在制定促销组合时应考虑的各种因素；分别掌握广告、销售促进、人员促销、公共关系促销方式的具体实施细节。 |
| 重点与难点 | 重点：1.汽车促销组合2.汽车广告策略3.汽车销售促进策略4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略  难点：1.汽车促销组合2.汽车广告策略3.汽车销售促进策略4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.汽车促销组合2.汽车广告策略3.汽车销售促进策略4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略 |
| 授课要点 | 完成实训项目——“促销策划方案撰写” |
| 课内作业 | 实训项目——“促销策划方案撰写”  1.教师提供题目  2.学生以小组为单位讨论分工  3.撰写促销策划方案  4.上交方案（并汇报方案核心） |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.汽车促销组合  2.汽车广告策略  3.汽车销售促进策略  4.汽车人员促销策略  5.汽车公共关系策略 |  |  |
| **2.实训课**  **（70分钟）** | 实训项目——“促销策划方案撰写”  1.教师提供题目  2.学生以小组为单位讨论分工  3.撰写促销策划方案  4.上交方案（并汇报方案核心） |  |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第27次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第九章 汽车促销策略及第十章 汽车销量渠道与模式 |
| 教学目的 | 持续完成促销策划方案的汇报工作；同时通过学习第十章知识，使学生掌握我国汽车分销渠道概况；汽车销售模式；汽车经销与服务的4S模式等知识点 |
| 重点与难点 | 重点：1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式  难点：1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 暂无 |
| 授课要点 | 理论：我国汽车分销渠道概况；汽车销售模式；汽车经销与服务的4S模式 |
| 课内作业 | 一、选择题  1.销售渠道的功能（ ）和提供快捷、温情服务功能。  A、流通功能 B、营销推广和形象传播功能  C、信息采集功能 D、网络的兼容性  2.直销模式的运营方式有（ ）、（ ）、电话直销、公开竞标和直接反应式直销。  A、直接销售 B、广告 C、人员促销 D、直接邮寄  3.“三位一体”3S专卖店有（ ）  A、整车销售 B、配件供应 C、维修服务 D、信息反馈  二、名词解释  1.渠道  2.分销渠道  三、简答题  1.渠道类型请分别说明 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  无 |  |  |
| **2.实训课**  **（35分钟）** | **一、实训项目——“促销策划方案撰写”持续完成**  1.教师提供题目  2.学生以小组为单位讨论分工  3.撰写促销策划方案  4.上交方案（并汇报方案核心） |  |  |
| **3.理论课（35分钟）** | 1. **理论讲授**   1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）我国汽车分销渠道概况  （2）汽车销售模式  （3）汽车经销与服务的4S模式  2、作业布置**（实训布置）** | 完成作业并上交 |  |

第28次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第九章 汽车促销策略及第十章 汽车销量渠道与模式 |
| 教学目的 | 持续完成促销策划方案的汇报工作；同时通过学习第十章知识，使学生掌握我国汽车分销渠道概况；汽车销售模式；汽车经销与服务的4S模式等知识点 |
| 重点与难点 | 重点：1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式  难点：1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |
| 授课要点 | 1. 完成理论作业并上交 2. 进行实训作业——“渠道调查” |
| 课内作业 | 1. 完成理论作业并上交   二、进行实训作业——“渠道调查”  1.网络调查某种产品的渠道类型或企业渠道类型  2.PPT制作  3.内容汇报 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |  |  |
| **2.习题课**  **（35分钟）** | **一、完成复习思考题**  **选择题**  1.销售渠道的功能（ ）和提供快捷、温情服务功能。  A、流通功能 B、营销推广和形象传播功能  C、信息采集功能 D、网络的兼容性  2.直销模式的运营方式有（ ）、（ ）、电话直销、公开竞标和直接反应式直销。  A、直接销售 B、广告 C、人员促销 D、直接邮寄  3.“三位一体”3S专卖店有（ ）  A、整车销售 B、配件供应 C、维修服务 D、信息反馈  二、名词解释  1.渠道  2.分销渠道  三、简答题  1.渠道类型请分别说明 |  |  |
| **3.实训课（35分钟）** | 1. **进行实训作业——“渠道调查”**   1.网络调查某种产品的渠道类型或企业渠道类型  2.PPT制作  3.内容汇报 |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第29次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第十章 汽车销量渠道与模式 |
| 教学目的 | 通过学习第十章知识，使学生掌握我国汽车分销渠道概况；汽车销售模式；汽车经销与服务的4S模式等知识点 |
| 重点与难点 | 重点：1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式  难点：1.我国汽车分销渠道概况2.汽车销售模式3.汽车经销与服务的4S模式 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |
| 授课要点 | 进行实训作业——“渠道调查” |
| 课内作业 | 进行实训作业——“渠道调查”  1.网络调查某种产品的渠道类型或企业渠道类型  2.PPT制作  3.内容汇报 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |  |  |
| **2.实训课（70分钟）** | **进行实训作业——“渠道调查”（持续进行）**  1.网络调查某种产品的渠道类型或企业渠道类型  2.PPT制作  3.内容汇报 |  |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第30次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第十一章 汽车销售实务 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；学会门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；了解汽车配件销售的基本知识 |
| 重点与难点 | 重点：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识  难点：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |
| 授课要点 | 理论：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识 |
| 课内作业 | 一、选择题  1.在一个企业、单位中，岗位能级从高到低可以分为4大层次（　 　）。  A、决策层岗位 B、管理层岗位 C、执行层岗位 D、操作层岗位  2.客户分类按是否发生交易划分成两类（ ）。  A、成交客户 B、潜在客户 C、未成交客户 D、大客户  3.汽车4S店岗位设置原则包括（ ）。  A、系统原则 B、最低岗位数量原则 C、能级原则 D、标准化原则位  4.汽车展厅的组织结构为（ ）。  A、展厅功能区 B、展厅信息区 C、展厅娱乐区 D、展厅休息区  5.销售人员要对客户进行分级，C类客户为（ ）。  A、“最有希望购买者” B、“可能购买者” C、“购买希望不大者”  6.跟踪与成交的关系大致为（　 　）的销售是在第三次跟踪后完成。  A、2％ B、3% C、5% D、10%   1. 判断题   1.汽车营销人员可以不用掌握基本业务知识。  2.汽车的本身价格以及各种相关的使用费用较高。  3.在推销过程中，若潜在客户目前没有购买意愿，为了节约时间我们不用理他。 |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  1.我国汽车分销渠道概况  2.汽车销售模式  3.汽车经销与服务的4S模式 |  |  |
| **2.理论课**  **（70分钟）** | **理论讲授**  1.汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧  2.门店营销  3.上门销售的作用、内容和程序  4.二手车销售的程序、价格评定方法  5.二手车的鉴定方法  6.汽车配件销售的基本知识 |  |  |
|  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1、回顾本次课所讲知识点：  （1）汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧  （2）门店营销  （3）上门销售的作用、内容和程序  （4）二手车销售的程序、价格评定方法  （5）二手车的鉴定方法  （6）汽车配件销售的基本知识  2、作业布置**（实训布置）** | 完成作业并上交 |  |

第31次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第十一章 汽车销售实务 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；学会门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；了解汽车配件销售的基本知识 |
| 重点与难点 | 重点：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识  难点：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识 |
| 授课要点 | 完成课后思考题  开展实训 |
| 课内作业 | 1. 完成课后复习思考题 2. 实训项目   1.“客户心理分析与应对”  2.接待礼仪展示  （根据资料完成分析）  （以组为单位礼仪动作展示） |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法 |  |  |
| **2习题课**  **（35分钟）** | **一、完成复习思考题**  1.在一个企业、单位中，岗位能级从高到低可以分为4大层次（　 　）。  A、决策层岗位 B、管理层岗位 C、执行层岗位 D、操作层岗位  2.客户分类按是否发生交易划分成两类（ ）。  A、成交客户 B、潜在客户 C、未成交客户 D、大客户  3.汽车4S店岗位设置原则包括（ ）。  A、系统原则 B、最低岗位数量原则  C、能级原则 D、标准化原则位  4.汽车展厅的组织结构为（ ）。  A、展厅功能区 B、展厅信息区  C、展厅娱乐区 D、展厅休息区  5.销售人员要对客户进行分级，C类客户为（ ）。  A、最有希望购买者 B、可能购买者 C、购买希望不大者  6.跟踪与成交的关系大致为（　 　）的销售是在第三次跟踪后完成。A、2％ B、3% C、5% D、10%   1. 判断题   1.汽车营销人员可以不用掌握基本业务知识。  2.汽车的本身价格以及各种相关的使用费用较高。  3.在推销过程中，若潜在客户目前没有购买意愿，为了节约时间我们不用理他。 |  |  |
| **3.实训课（35分钟）** | 实训项目  1.“客户心理分析与应对”  2.接待礼仪展示  （根据资料完成分析）  （以组为单位礼仪动作展示） |  |  |
| **4.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

第32次课，2学时

|  |  |
| --- | --- |
| 适用专业 | 2017级汽车营销班 |
| 课 题 | 第十一章 汽车销售实务 |
| 教学目的 | 通过学习本章节知识，使学生了解汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；学会门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；了解汽车配件销售的基本知识 |
| 重点与难点 | 重点：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识  难点：汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识 |
| 教学设计  概述 | 本次课将采用多媒体演示、理论讲授、案例讨论相结合的形式进行授课，充分发挥学生主观能动性，拟达到书本知识与社会认知相结合的效果。 |
| 教学环境及资源要求 | 教室、多媒体设备 |
| 复习提问 | 汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；门店营销、上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法；汽车配件销售的基本知识 |
| 授课要点 | 开展实训 |
| 课内作业 | 实训项目  1.“客户心理分析与应对”  2.接待礼仪展示  （根据资料完成分析）  （以组为单位礼仪动作展示） |

教学设计与教学内容

| 时间  分配 | 教学内容 | **学生任务** | **提问内容** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1.**确认项目（10分钟）** | **一、组织教学**  1.学生集合，师生问好。  2.学生分组，小组考勤（强调纪律）  3.教师说明本节课程内容  **二、课前复习**  汽车销售的过程和与客户谈判的特点、技巧；上门销售的作用、内容和程序和二手车销售的程序、价格评定方法及二手车的鉴定方法 |  |  |
| **2.实训课（70分钟）** | 实训项目  1.“客户心理分析与应对”  2.接待礼仪展示  （根据资料完成分析）  （以组为单位礼仪动作展示） |  |  |
| **3.总结**  **（10分钟）** | 1.总结各组实训工作情况  2.各组上交作业  3.填写实训手册 | 完成作业并上交 |  |

**实训指导手册**

（2018年秋季学期）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称（全称）：** | 汽车营销 | | |
| **课 程 代 码：** |  | | |
| **课程计划总学时：** | 64学时 | **本学期学时：** | 64学时 |
| **所 属 学 院：** | 中德学院 | **教研室：** | 汽车  教研室 |
| **任 课 教 师：** | 包兴婷 | | |
| **制 订 日 期：** | 2018年 9月1 日 | | |

四川科技职业学院教学事业部 制

2018年9 月1日

**前 言**

《汽车营销》是在多年教学改革的基础上，通过对汽车制造、生产、销售企业及其工作岗位进行充分调研和分析，基于工作过程的课程开发理论，进行重点建设与实施的学习领域课程。本手册所列实训项目来源于汽车营销实践，把典型的汽车营销工作——汽车销售流程、顾客购车行为的分析及应对、基本礼仪、客户关系的维护、FAB六方位绕车的讲解、汽车营销相关法律法规、相关财务知识、汽车信贷、汽车保险、车辆服务等工作进行任务化，让学生参与汽车营销不同工作任务的实践训练，让学生对汽车营销的概念、操作程序和方法有一个系统、全面的认识，促使学生掌握汽车营销工作的基本技能。通过参与本手册所列实训项目，学生可以掌握汽车营销的专业技能，拓宽就业渠道，提高创新创业能力。

财经学院：包兴婷

2018年9月1日

**目 录**

**[实训项目一：锻炼你的“胆量”](#_Toc29680_WPSOffice_Level1)** **[85](#_Toc29680_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间：3学时](#_Toc30354_WPSOffice_Level1) [85](#_Toc30354_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc5164_WPSOffice_Level1) [85](#_Toc5164_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc28719_WPSOffice_Level1) [85](#_Toc28719_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc4771_WPSOffice_Level1) [85](#_Toc4771_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc18684_WPSOffice_Level1) [85](#_Toc18684_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc18756_WPSOffice_Level1) [86](#_Toc18756_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc10531_WPSOffice_Level1) [86](#_Toc10531_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc18255_WPSOffice_Level1) [87](#_Toc18255_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc21405_WPSOffice_Level1) [88](#_Toc21405_WPSOffice_Level1)

**[实训项目二：实训营销环境分析训练](#_Toc22961_WPSOffice_Level1)** **[89](#_Toc22961_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间：3 学时](#_Toc26670_WPSOffice_Level1) [89](#_Toc26670_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc13691_WPSOffice_Level1) [89](#_Toc13691_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc4733_WPSOffice_Level1) [89](#_Toc4733_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc24360_WPSOffice_Level1) [89](#_Toc24360_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc30401_WPSOffice_Level1) [89](#_Toc30401_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc32029_WPSOffice_Level1) [89](#_Toc32029_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc28871_WPSOffice_Level1) [90](#_Toc28871_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc30460_WPSOffice_Level1) [91](#_Toc30460_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc8305_WPSOffice_Level1) [92](#_Toc8305_WPSOffice_Level1)

**[实训项目三：市场问卷的制作与调查](#_Toc4294_WPSOffice_Level1)** **[93](#_Toc4294_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间：6 学时](#_Toc22232_WPSOffice_Level1) [93](#_Toc22232_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的：让学生掌握问卷设计的逻辑及设计问卷的程序。](#_Toc26595_WPSOffice_Level1) [93](#_Toc26595_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc20907_WPSOffice_Level1) [93](#_Toc20907_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc10628_WPSOffice_Level1) [93](#_Toc10628_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc24214_WPSOffice_Level1) [93](#_Toc24214_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc21757_WPSOffice_Level1) [93](#_Toc21757_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc3748_WPSOffice_Level1) [94](#_Toc3748_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc12808_WPSOffice_Level1) [95](#_Toc12808_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc8707_WPSOffice_Level1) [96](#_Toc8707_WPSOffice_Level1)

**[实训项目四：调查三家企业的核心战略](#_Toc8722_WPSOffice_Level1)** **[97](#_Toc8722_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc22160_WPSOffice_Level1) [97](#_Toc22160_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc27908_WPSOffice_Level1) [97](#_Toc27908_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc22546_WPSOffice_Level1) [97](#_Toc22546_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc27932_WPSOffice_Level1) [97](#_Toc27932_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc18196_WPSOffice_Level1) [97](#_Toc18196_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc23255_WPSOffice_Level1) [97](#_Toc23255_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc13241_WPSOffice_Level1) [98](#_Toc13241_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc16645_WPSOffice_Level1) [99](#_Toc16645_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc5117_WPSOffice_Level1) [100](#_Toc5117_WPSOffice_Level1)

**[实训项目五：心理测试及购买决策调查](#_Toc8812_WPSOffice_Level1)** **[101](#_Toc8812_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc14663_WPSOffice_Level1) [101](#_Toc14663_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc26033_WPSOffice_Level1) [101](#_Toc26033_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc10034_WPSOffice_Level1) [101](#_Toc10034_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc351_WPSOffice_Level1) [101](#_Toc351_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc32248_WPSOffice_Level1) [101](#_Toc32248_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc28991_WPSOffice_Level1) [101](#_Toc28991_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc31975_WPSOffice_Level1) [102](#_Toc31975_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc1890_WPSOffice_Level1) [103](#_Toc1890_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc1478_WPSOffice_Level1) [104](#_Toc1478_WPSOffice_Level1)

**[实训项目六：细分服装市场；搜集市场细分成功的案例](#_Toc32396_WPSOffice_Level1)** **[105](#_Toc32396_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc4116_WPSOffice_Level1) [105](#_Toc4116_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc8416_WPSOffice_Level1) [105](#_Toc8416_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc13187_WPSOffice_Level1) [105](#_Toc13187_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc11513_WPSOffice_Level1) [105](#_Toc11513_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc27430_WPSOffice_Level1) [105](#_Toc27430_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc13536_WPSOffice_Level1) [105](#_Toc13536_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc32549_WPSOffice_Level1) [106](#_Toc32549_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc19823_WPSOffice_Level1) [107](#_Toc19823_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc12532_WPSOffice_Level1) [108](#_Toc12532_WPSOffice_Level1)

**[实训项目七：开发新产品并为新产品命名](#_Toc23083_WPSOffice_Level1)** **[109](#_Toc23083_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 4学时](#_Toc26209_WPSOffice_Level1) [109](#_Toc26209_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc24736_WPSOffice_Level1) [109](#_Toc24736_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc12788_WPSOffice_Level1) [109](#_Toc12788_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc26545_WPSOffice_Level1) [109](#_Toc26545_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc19323_WPSOffice_Level1) [109](#_Toc19323_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc19087_WPSOffice_Level1) [109](#_Toc19087_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc25007_WPSOffice_Level1) [110](#_Toc25007_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc25641_WPSOffice_Level1) [111](#_Toc25641_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc13916_WPSOffice_Level1) [112](#_Toc13916_WPSOffice_Level1)

**[实训项目八：价格调查](#_Toc24402_WPSOffice_Level1)** **[113](#_Toc24402_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc16498_WPSOffice_Level1) [113](#_Toc16498_WPSOffice_Level1)

[任务一 分析定价的方法有哪些](#_Toc6392_WPSOffice_Level1) [113](#_Toc6392_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc11237_WPSOffice_Level1) [114](#_Toc11237_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc11542_WPSOffice_Level1) [115](#_Toc11542_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc3399_WPSOffice_Level1) [116](#_Toc3399_WPSOffice_Level1)

**[实训项目九：促销策划方案撰写](#_Toc19540_WPSOffice_Level1)** **[117](#_Toc19540_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc3971_WPSOffice_Level1) [117](#_Toc3971_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc10085_WPSOffice_Level1) [118](#_Toc10085_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc21539_WPSOffice_Level1) [119](#_Toc21539_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc26281_WPSOffice_Level1) [120](#_Toc26281_WPSOffice_Level1)

**[实训项目十：渠道调查](#_Toc17155_WPSOffice_Level1)** **[121](#_Toc17155_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc6052_WPSOffice_Level1) [121](#_Toc6052_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc11361_WPSOffice_Level1) [121](#_Toc11361_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc1851_WPSOffice_Level1) [121](#_Toc1851_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc30888_WPSOffice_Level1) [121](#_Toc30888_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc30432_WPSOffice_Level1) [121](#_Toc30432_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc15215_WPSOffice_Level1) [121](#_Toc15215_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc19470_WPSOffice_Level1) [122](#_Toc19470_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc27515_WPSOffice_Level1) [123](#_Toc27515_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc5322_WPSOffice_Level1) [124](#_Toc5322_WPSOffice_Level1)

**[实训项目十一：客户心理分析与应对方法阐述及接待礼仪展示](#_Toc20424_WPSOffice_Level1)** **[125](#_Toc20424_WPSOffice_Level1)**

[建议教学时间： 3学时](#_Toc20739_WPSOffice_Level1) [125](#_Toc20739_WPSOffice_Level1)

[（一）实训目的](#_Toc29155_WPSOffice_Level1) [125](#_Toc29155_WPSOffice_Level1)

[（二）实训基本要求](#_Toc12287_WPSOffice_Level1) [125](#_Toc12287_WPSOffice_Level1)

[（三）实训器材，设备和耗材](#_Toc10274_WPSOffice_Level1) [125](#_Toc10274_WPSOffice_Level1)

[（四）实训内容](#_Toc10819_WPSOffice_Level1) [125](#_Toc10819_WPSOffice_Level1)

[（五）项目考核](#_Toc7797_WPSOffice_Level1) [125](#_Toc7797_WPSOffice_Level1)

[表一：项目实训学生实际操作评分表](#_Toc25485_WPSOffice_Level1) [126](#_Toc25485_WPSOffice_Level1)

[表二：项目实训综合评价表](#_Toc15080_WPSOffice_Level1) [127](#_Toc15080_WPSOffice_Level1)

[表三：项目实训报告](#_Toc24032_WPSOffice_Level1) [128](#_Toc24032_WPSOffice_Level1)

**一、实训项目一：锻炼你的“胆量”**

**建议教学时间：3学时**

**（一）实训目的**

学生在学习了市场营销基础认知后，了解到市场营销环境中沟通协调工作的重要性，通过本次实际训练，让学生试着与3位陌生人拍照交流，以此锻炼学生的胆量。

**（二）实训基本要求**

学生试着与3位陌生人拍照交流，并制作PPT和展示说明。

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 试着与3位陌生人拍照交流，并制作PPT和展示说明 | 无 | 无 | 注意与陌生人沟通的方式 |

**（四）实训内容**

**任务一 试着与3位陌生人拍照交流**

任务情景描述： 每位同学尝试找3位陌生人拍照交流

步骤1：寻找3位陌生人，以恰当的方式与之沟通说明来意。

步骤2：获得该陌生人同意以后，与之拍照合影。

**任务二 针对沟通拍照过程制作PPT并展示说明**

任务情景描述：完成任务一以后，针对该过程制作PPT并展示说明。

步骤1：针对任务一的拍照过程制作PPT。

步骤2：向班级同学展示说明PPT并分享自己的心得体会。

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生学习和实训态度、遵守操作规程、安全文明生产实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目二：实训营销环境分析训练**

**建议教学时间：3 学时**

**（一）实训目的**

通过本次实训让学生明白市场营销环境对企业营销的重要性。

**（二）实训基本要求**

运用SWOT分析法分析案例内容并制定战略。

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 实训营销环境分析训练 | 无 | 无 | 注意对宏观环境和微观环境进行分析 |

**（四）实训内容**

1.教师提供案例

2.学生以组为单位解读并分析案例

3.运用SWOT分析法，将案例中人物优势、劣势、机会、威胁提炼

4.根据SWOT分析结果，制订人物对事件的处理策略及具体方法。

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生学习和实训态度、遵守操作规程、安全文明生产实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目三：市场问卷的制作与调查**

**建议教学时间：6 学时**

**（一）实训目的**：让学生掌握问卷设计的逻辑及设计问卷的程序。

**（二）实训基本要求**

根据该实训项目内容提出具体的实训要求，分组分项目制定市场问卷并展开调研，全班汇报。

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 市场问卷的制作及调查 | 无 | 无 | 注意了解问卷的制作方法  调研方法 |

**（四）实训内容**

**任务一 市场的调查与分析**

根据课堂上学习到的理论知识，小组讨论并设计调查问卷。

步骤1：根据主题小组讨论，大家关注“调查问卷设计与分析”公众号。

步骤2：关注问卷调查目的并设计问卷。

步骤3：打印版问卷，并展开调研

步骤4：数据统计并汇总，制作PPT

步骤5：课中汇报总结

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生学习和实训态度、遵守操作规程、安全文明生产实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。

④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目四：调查三家企业的核心战略**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**

通过实训，了解学生对汽车市场营销战略的概念、特征和主要内容有较好的掌握；通过分析竞争环境和竞争对手，来确立汽车企业市场竞争地位和基本竞争战略。

**（二）实训基本要求**

1、小组协作，全体参与

2、网络调查（三家企业战略）

3、搜集有代表性的企业，对战略要点的把控

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| **调查三家企业的核心战略** | 电脑 | 根据学生人数 | 小组共同协作完成；讨论思考；总结 |

**（四）实训内容**

小组分工

搜集三家企业核心战略情况

小组讨论，制作PPT

内容汇报（只详讲一家最具代表性的企业即可，其他简单介绍）

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生的学习和实训态度、遵守操作规程、实际实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目五：心理测试及购买决策调查**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**

通过实训，让学生更了解自己的气质，明确性格的优缺点，以此为例才能在将来通过行为分析顾客心理，最好的为顾客服务。同时，让学生对购买决策的知识点进行巩固。

**（二）实训基本要求**

1、测试要求全体参与

2、购买决策调查，以组为单位，每个人必须有任务

3、小组讨论列题纲、口头访问、汇总结果、PPT汇报总结

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| **心理测试及购买决策调查** | 电脑、纸、笔 | 根据学生人数 | 小组共同协作完成；讨论思考；总结 |

**（四）实训内容**

操作步骤：4步

小组讨论列题纲

口头访问

汇总结果

PPT汇报总结

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、 过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
　　①考核学生的学习和实训态度、遵守操作规程、实际实训情况。   
　　②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
　　③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
　　④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目六：细分服装市场；搜集市场细分成功的案例**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**

通过实训，使学生对市场细分的方法能具体掌握，并学会运用，同时通过实际的案例让学生明确市场细分工作的重要性。

**（二）实训基本要求**

1、头脑风暴法的运用

2、网络搜集资料

3、PPT汇报

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| **细分服装市场；搜集市场细分成功案例** | 电脑、纸、笔 | 根据学生人数 | 小组共同协作完成；讨论思考；总结 |

**（四）实训内容**

1.运用市场细分的方法对服装市场进行细分

2.以组为单位，在网上搜集案例

3.PPT制作

4.PPT汇报

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生的学习和实训态度、遵守操作规程、实际实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目七：开发新产品并为新产品命名**

**建议教学时间： 4学时**

**（一）实训目的**

让学生运用头脑风暴法，进行思维创新并能实施于产品策划中。

**（二）实训基本要求**

根据该实训项目内容提出具体的实训要求

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 新产品概念描述 | 无 | 无 | 注意新产品的分类和开发原则 |

**（四）实训内容**

**任务一 新产品的含义和分类**

任务情景描述：以市场需求为导向进行新产品的开发，应用新原理新技术，新材料研发新产品。

步骤1：以市场需求为导向进行开发

步骤2：考虑企业自身的能力

步骤3：是否有合理的经济效益

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过

程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：

①考核学生的学习和实训态度、遵守操作规程、安全文明生产实训情况。

②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目八：价格调查**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**：通过实训让学生掌握各种定价的方法及其优缺点与针对性。

**（二）实训基本要求**

根据该实训项目内容提出具体的实训要求

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 价格调查 | 无 | 无 | 注意分析不同的公司采用了什么定价的方法 |

**（四）实训内容**

**任务一 分析定价的方法有哪些**

任务情景描述：选择5类商品进行价格调查，计算收益定价，和盈亏平衡定价法等。

步骤1：在学校5公里范围内超市对5类产品价格调查，或者选择同一件商品在不同货架上的价格是多少，进行横向和纵向价格调查。

步骤2：根据调查产品价格情况，制作PPT

步骤3：汇报定价法、优缺点

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生学习和实训态度、遵守操作规程、安全文明生产实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。

③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
　　④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目九：促销策划方案撰写**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**：掌握促销策划的程序，策划书的结构、促销的技巧等知识点。

**（二）实训基本要求**

根据该实训项目内容提出具体的实训要求

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 促销策划书训练 | 无 | 无 | 促销的组合设计训练 |

**（四）实训内容**

**任务一 选择某种商品进行促销方案撰写。**

任务情景描述：老师分配题目给学生撰写策划书。

步骤1：老师分配题目

步骤2：学生小组讨论分工

步骤3：撰写方案并上交

步骤4：PPT汇报核心策划点

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：

①考核学生学习和实训态度、遵守操作规程、安全文明生产实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。

③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目十：渠道调查**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**

通过实训，使学生掌握渠道开发、管理的重要性以及渠道开展的方法。

**（二）实训基本要求**

1、了解某知名企业产品销售渠道 （以组为单位参与）

2、制作PPT

3、PPT汇报

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| **渠道调查** | 电脑 | 根据学生人数 | 小组共同协作完成；讨论思考；总结 |

**（四）实训内容**

1、了解某知名企业产品销售渠道

2、制作PPT

3、PPT汇报

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生的学习和实训态度、遵守操作规程、实际实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。

**一、实训项目十一：客户心理分析与应对方法阐述及接待礼仪展示**

**建议教学时间： 3学时**

**（一）实训目的**

通过实训，使学生掌握针对不同心理类型的顾客应该采用什么样的接待方式，以提高服务质量，同时要求学生掌握接待时的各种礼仪。

**（二）实训基本要求**

1、客户心理分析，以组为单位参与

2、接待礼仪展示（全员参与）

3、根据表现得分，不参与不得分

**（三）实训器材，设备和耗材**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作任务 | 所用工具或设备 | 台套数 | 操作要领和注意事项 |
| 客户心理分析与应对方法阐述及接待礼仪展示 | 电脑 | 根据学生人数 | 小组共同协作完成；讨论思考；总结 |

**（四）实训内容**

1.以组为单位完成客户心理分析，每组汇报答案

2.以组为单位，观看礼仪视频

3.小组操练，展示礼仪动作，不少于5个

**（五）项目考核**

在实训项目考核中，要做到成绩考核与评定的“标准统一、方法科学、过程公正、结果客观”，在实训成绩考核与评定时，主要考核以下内容：   
①考核学生的学习和实训态度、遵守操作规程、实际实训情况。   
②对相关专业的基本知识和操作技能、技巧理解和运用的程度。   
③考核学生的创新精神和团队协作能力。   
④考核学生解决实际问题的综合能力和专业实训取得的成果。

**表一：项目实训学生实际操作评分表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 评价内容 | 要求 | 分值 | 得分 |
| 实训前  （20分） | 记录表格 | 设计合理 | 5 |  |
| 及时认真 | 5 |  |
| 着装 | 符合安全操作要求 | 5 |  |
| 进实训室 | 准时 | 5 |  |
| 实训中  （60分） | 实训操作 | 按操作标准和注意事项规范操作 | 20 |  |
| 态度认真 | 5 |  |
| 团队协作，遇到困难积极与组员沟通和交流 | 5 |  |
| 问题处理 | 积极思考任务，发现问题 | 5 |  |
| 并提出合理的解决方法 | 5 |  |
| 实训成效 | 按规定时间完成任务 | 10 |  |
| 任务产品符合质量标准 | 10 |  |
| 实训后  （20分） | 设备耗材使用 | 工具或设备无损坏 | 5 |  |
| 耗材用量未超过指标要求 | 5 |  |

**表二：项目实训综合评价表**

项目名称\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_ 组别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 评价项目 | | 分值 | 得分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1、学习目标是否明确 | | 5 |  |
| 2、学习过程是否呈上升趋势，不断进步 | | 10 |  |
| 3、是否能独立地获取信息，资料收集是否完善 | | 10 |  |
| 4、独立制定、实施、评价工作方案情况 | | 20 |  |
| 5、能否清晰地表达自己的观点和思路，及时解决问题 | | 10 |  |
| 6、项目实施操作的表现如何 | | 20 |  |
| 7、职业整体素养的确立与表现 | | 5 |  |
| 8、是否能认真总结、正确评价完成项目情况 | | 5 |  |
| 9、工作环境的整洁有序与团队合作精神表现 | | 10 |  |
| 10、每一项任务是否及时、认真完成 | | 5 |  |
| 总 评 | | 100 |  |
| 改进意见 |  | | |

**表三：项目实训报告**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | |  | | 班级 |  | | 组别 |  |
| 实训  任务 | | |  | | | 20 ~ 20   学年    第   学期  第    周        年  月   日 | | |
| 实 训 内 容 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 练  习  及  思  考 |  | | | | | | | |

注：由学生填写表二和表三，任课教师填写表一和表二，并批改学生填写的表三。



**习 题 集**

（ 2018 年 秋 季学期）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程名称（全称）：** | 汽车营销实务 | | |
| **课 程 代 码：** | 09040120 | | |
| **课程计划总学时：** | 64 | **本学期学时：** | 64 |
| **所 属 学 院：** | 中德学院 | **教研室：** | 汽车教研室 |
| **任 课 教 师：** | 包兴婷 | | |
| **制 订 日 期：** | 2018 年 9 月 1 日 | | |

四川科技职业学院教学事业部 制

2017 年9 月 1 日

**一、单项选择**

1、市场营销的核心是（ ）。

A 市场 B 交换 C 营销

2、市场竞争不是产品本身之争，而是（）之争。

A 价格 B 服务 C 顾客观念

3、在我国目前情况下，汽车工业的市场领导者主要采取的是（）。

A 进攻策略 B 防御策略 C 跟随策略

4、市场细分在本质上是按照（ ）进行的。

A 购买力差别 B 需求差别 C 个性差别

5、在波士顿矩阵分析法中，销量增长快、市场占有率低的产品称为（ ）。

A 明星产品 B 瘦狗产品 C 问题产品

6、生产婴幼儿食品的企业将其食品投向老年人市场，是通过( )寻找市场营销

机会的方法。

A 市场开发 B 市场渗透 C 产品开发

7、汽车企业与房地产企业是( )。

A 一般竞争者 B 欲望竞争者 C 品牌竞争者

8、奇瑞汽车公司与吉利汽车公司是（）。

A 一般竞争者 B 欲望竞争者 C 品牌竞争者

9、某实力雄厚的大汽车公司兼并了若干弱小汽车公司, 这种增长战略是( )。

A 前向一体化 B 后向一体化 C 横向一体化

10、在（ ）条件下，卖主和买主只能是价格的接受者，而不是价格的决定者。

A 完全竞争 B 垄断竞争 C 寡头垄断

11、随着市场竞争的加剧，企业越来越注重竞争的效率，对（）的争夺成为现代企业竞争的着力点。

A 产品质量 B 顾客资源 C 产品价格

12、决定顾客满意因素的结构层次的是（）。

A 顾客群体 B 结构维度 C 市场类型

13、汽车产品的核心属性（）。

A 实质产品 B 期望产品 C 形式产品

14、不经过任何中间环节的分销渠道是（）。

A 直接渠道 B 间接渠道 C 多渠道

15、在产品生命周期的导入期阶段，企业采取的低定价、高促销的策略是（）。

A 缓慢渗透 B 缓慢掠取 C 快速渗透

16、生产者在某一地区仅通过少数几个精心挑选的中间商来分销产品，这是（）分销策略。

A 选择 B 密集 C 独家

17、企业通过人员和非人员的方式，沟通企业和消费者之间的信息，从而激发消费者的消费欲望和兴趣，使其产生购买行为的活动是（）。

A 调研 B 促销 C 分销

18、汽车整车销售的主要形式是（）。

A 经销商 B 代理商 C 特约经销商

19、某企业故意将产品的价格尾数定为“9”，这是属于（）定价策略。

A 品牌 B 折扣 C 心理

20、产品的营销策略是为了获取最大利润，那么这种产品处于（）生命周期。

A 导入期 B 成熟期 C 成长期

21、私人购车行为模式中，谁是实际进行采购的人。

A.决策者 B、使用者 C、购买者 D、发起者

22、在市场调查中，调查买什么、什么时候买、购买量等内容是什么研究。

A、产品研究 B、营销环境研究 C、消费者研究 D、促销沟通研究

23、下面不属于市场的要素的是

A：人口 B：购买力C：购买欲望 D：地点

24、汽车提价的原因是成本上升和（ ）

A.供不应求 B.同档次汽车的竞争C.库存量增大D.宣传的力度大

25、某汽车公司，当他们推出一种新产品时，定价总是比同类产品的定价低，在销售的第一年他们可能获利很小，但他们很快就把产品打入了市场，第二、三年便会大量销售产品而获利。他们采用的是（ ）定价策略。

A、撇脂定价 B、渗透定价 C、弹性定价 D、理解价值定价

26、汽车保险费率放开，使消费者对汽车保险有了较大的选择余地，一定程度上刺激了汽车消费，那么这一因素属于（ ）因素

A、经济因素 B、政策因素 C、社会文化因素 D、科学技术因素

27、汽车经销企业的所经销的商品是：（ ）

A、汽车 B、汽车实体产品＋服务

C、服务 D、好的经营理念

28、汽车整体服务是指：（ ）

A、售前咨询服务 B、销售服务 C、汽车售后服务 D、售前咨询服务、售中销售服务、售后跟踪服务

29、从原则上讲，汽车综合服务必须以（ ）为导向。

A、效率 B、利润

C、效果 D、顾客

20、在汽车营销的环境中，汽车消费的税率调整属于（ ）

A、政策环境 B、经济环境 C、科技环境 D、人口环境

31、当顾客初次来店时，销售顾问的首要目的是：( )

A、实现交易 B、提供技术咨询

C、实现沟通，取得顾客的信任 D、端茶倒水，热情接待

32、汽车市场营销的定义是：汽车相关企业或个人通过市场调查和预测顾客需求，把满足其需求的商品流和服务流从制造商引向顾客，从而实现其目标的过程。这一定义的出发点是：( )

A、顾客 B、制造商

C、汽车产品 D、汽车销售员

33、让顾客进行试乘试驾，目的是（ ）。

A、提高顾客的体验价值

B、提高顾客的期望价值

C、提高顾客的使用价值

D、提高汽车的实际价值

34、从实质上看，顾客购买汽车的目的是( )

A、买车比较方便 B、价格便宜

C、能够得到他周围人的认同 D、有现实需求

35、在汽车营销的环境中，汽车销售地域的富裕程度属于（ ）

A、自然环境 B、经济环境 C、科技环境 D、人口环境

36、顾客通过消费品牌产品而对该品牌产生的某种依赖称为：( )。

A、品牌满意度 B、品牌知名度

C、品牌忠诚度 D、品牌美誉度

37、品牌能用语言描述，不能直接用语言称呼，但可以通过视觉辨别的特定视觉标志，包括符号、图像、图案、色彩等，指的是( )

A 品牌名称 B 商标 C 品牌属性 D 品牌标志

38、在品牌归属中，上海大众、东风日产属于（ ）

A 制造商品牌 B 个人品牌 C 特许品牌 D 联合品牌

39、在汽车营销的环境中，汽车销售地域对新技术的接受程度属于（ ）

A、政策环境 B、经济环境 C、科技环境 D、人口环境

40、不属于开展顾客关系营销的原则是( )

A、主动沟通原则 B、承诺信任原则

C、赞美顾客原则 D、互惠原则

41、汽车市场营销观念的演变（ ）。

A、生产观念 B、产品观念 C、推销观念 D、市场营销

42、我国汽车工业营销体系的发展大致经历了哪些阶段？（ ）。

A、计划分配阶段 B、买方市场 C、卖方市场 D、供需平衡阶段

43、汽车市场营销环境具有的特点有（ ）。

A、不可控性 B、动态多变性 C、相关性 D、差异性

44、企业的外部环境包括有（ ）。

A、生产供应者 B、营销中介 C、竞争者 D、顾客用户

45、调节市场需求的方法（ ）。

A、扭转性营销 B、刺激性营销 C、开放性营销 D、维持性营销

46、影响消费者购车行为的因素（ ）。

A、政治因素 B、经济因素 C、社会因素 D、文化因素

47、消费者的购买行为受到哪些心里因素影响（ ）。

A、动机 B、知觉 C、学习 D、刺激

48、汽车消费市场的主要特点（ ）。

A、消费需求的多样性 B、消费需求的发展性

C、消费需求的层次性 D、消费需求的不可诱导性

49、有效市场细分的条件（ ）。

A、差异性 B、可衡量性 C、可盈利性 D、可进入性

50、直销模式的运营方式有（ ）、（ ）、电话直销、公开竞标和直接反应式直销。

A、直接销售 B、广告 C、人员促销 D、直接邮寄

51、“三位一体”3S专卖店有（ ）

A、整车销售 B、配件供应 C、维修服务 D、信息反馈

52、企业通常所运用的价格政策有（ ）。

A、可变价格政策 B、零售价格 C、非可变价格政策 D、其他价格政策

53、库存车常见有（ ）类型。

A、厂家库存 B、仓库库存 C、经销商库存 D、运输库存

54、销售渠道的功能（ ）和提供快捷、温情服务功能。

A、流通功能 B、营销推广和形象传播功能

C、信息采集功能 D、网络的兼容性

55、产品组合决策是指产品组合的（ ）。

A、长度 B、宽度 C、深度 D、相关性

56、汽车广告按其目标可分为（ ）广告三种。

A、通知性 B、知名性 C、说服性 D、提醒性

57、产品定价法包括（ ）、需求导向定价法和竞争导向定价法。

A、成本加成定价法 B、成本导向定价法

C、盈亏平衡定价法 D、理解价值定价法

58、人员推销的形式（ ）。

A、上门推销 B、展厅推销 C、会议推销 D、营业推广

59、在一个企业、单位中，岗位能级从高到低可以分为4大层次（　 　）。

A、决策层岗位 B、管理层岗位 C、执行层岗位 D、操作层岗位

60、客户分类按是否发生交易划分成两类（ ）。

A、成交客户 B、潜在客户 C、未成交客户 D、大客户

61、影响客户满意度的因素大致分为（ ）。

A、直接因素 B、间接因素 C、产品因素 D、服务因素

62、汽车4S店岗位设置原则包括（ ）。

A、系统原则 B、最低岗位数量原则 C、能级原则 D、标准化原则位

63、汽车展厅的组织结构为（ ）。

A、展厅功能区 B、展厅信息区 C、展厅娱乐区 D、展厅休息区

64、销售人员要对客户进行分级，C类客户为（ ）。

A、“最有希望购买者” B、“可能购买者” C、“购买希望不大者”

65、跟踪与成交的关系大致为（　 　）的销售是在第三次跟踪后完成。

　 A、2％ B、3% C、5% D、10%

66、汽车产品的介绍，视客户情况而定。通常有两种情况（ ）和（ ）。

A、配置 B、顾客有明显的感兴趣点 C、优势 D、“6+1”步法

67、面对异议坚决的三种处理方式：

A、直接反驳 B、教训顾客 C、延期法 D、诋毁竞品

68、销售谈判前的准备工作包括（ ）

A、确立谈判目标 B、搜集与谈判主题有关资料 C、评估自己的实力 D、规划策略

69、汽车商品的名称（ ）是交易双方当事人权利义务指向的标的。

A、品质 B、品质 C、数量 D、包装

**二、多项选择**

1、市场营销的最终目标是（ ）。

A 满足需求 B 满足欲望 C 满足市场

2、价值链分析包括（ ）内容。

A 识别价值活动 B 确立活动类型 C 分析企业的竞争优势

3、汽车厂商的竞争战略（）。

A 成本领先战略 B 产品差异化战略 C 经营集中化战略

4、汽车市场营销环境按其对企业营销活动的影响方式、影响程度和影响范围的

不同，可以区分为（ ）。

A 微观环境 B 满足欲望 C 宏观环境

5、汽车目标市场营销战略的基本过程（）。

A 市场细分 B 目标市场选择 C 市场进入

6、汽车市场细分的标准（）。

A 地理位置 B 人口特点 C 购买者心理

7、调查问卷设计类型可分为（）。

A 随机式问卷 B 开放式问卷 C 选择式问卷

8、汽车市场营销将促销方式大体分为（）基本类型。

A 广告、人员推销 B 营业推广、公共关系 C 销售技术服务

9、简单随机抽样时从被调查的市场总体中，随机抽取若干个体作为样本而不作任何有目的地选择，因此，简单随机抽样的抽样方法有（）。

A 抽签法 B 乱数表法 C 等距离随机抽样

10、影响定价的因素概括起来有（ ）。

A 成本 B 市场需求 C 竞争因素

**三、填空**

1、市场是商品经济的产物，哪里有商品 和 ，哪里就会有市场。

2、现代市场营销理论根据企业在市场上的竞争地位不同，把企业分为四种竞争 类型：市场领导者、市场挑战者、 、 。

3、企业产品定价以 为最低界限，以 为最高界限。

4、目标市场应具有足够的需求规模、 和 。

5、顾客满意战略是以 为核心，以信息技术为基础，以 为工具而发展起来的一种现代市场营销观念和手段。

6. 汽车个人购买行为的类型有 、 、 、 。

7. 四位一体4S专卖店有 。

8．判断潜在客户的购买能力，有两个检查要点 和 。

**四、判断题**

（ ）1、我卖什么，就设法让别人买什么是推销观念的表现。

（ ）2、汽车营销人员可以不用掌握基本业务知识。

（ ）3、汽车的本身价格以及各种相关的使用费用较高。

（ ）4、在推销过程中，若潜在客户目前没有购买意愿，为了节约时间我们不用理他。

（ ）5、汽车公司宏观环境中的影响因素只有人口环境和经济环境。

（ ）6、汽车产品的推销过程只要达成交易就不用售后追踪了。

（ ）7、营销汽车时，需要对经销人员进行新产品、新性能、新的车载技术的应用等方面的培训。

（ ）8、在营销单位工作，只需要考虑如何营销，不需要考虑企业内部各部门、各层次的分工。

（ ）9、公众的关注、监督不会对企业的营销产生任何影响。

（ ）10、汽车的品牌代表着汽车的价值和附加价值。

（ ）11、“车到山前必有路”是本田轿车红极一时的广告词。

（ ）12、汽车的中层包装是用来保护内包转和促进销售，如汽车的外形设计。

（ ）13、以一种形象面对两个目标市场的包装策略成为多重定位策略。

（ ）14、世界上第一辆汽车产生于美国。

（ ）15、交往能力是天生的，能否成为优秀的营销人员主要取决于天生的能力。

（ ）16、周到、完善的售后服务是产品功能的延长。

（ ）17、销售人员应该先坐下，然后请顾客入座。

（ ）18、销售人员要摒弃“以企业为中心”的销售观念。

（ ）19、销售人员要应酬各种场面而必须善于交际，懂得社交礼仪。

（ ）20、女性销售人员可以多带一些首饰，以吸引顾客注意。

**五、名词解释**

1、市场营销

2、目标市场

3、规模效益

4、分销渠道

**六、简答**

1、营销观念的经过了哪四个阶段?

2、画出产品生命周期的正态分布图，并在图上标明各个生命周期？

3、市场营销组合的基本变量（即4P）有哪些？

4、简述营销调研的方法？

5、什么是汽车市场营销？

6、汽车营销依靠的宏观环境有哪些？

7、请写出至少10个知名汽车品牌。

8、某汽车企业安排生产线生产一款汽车。平摊到每辆车的固定成本为4万元，平摊到每辆车的变动成本为2万元，企业要求每辆车能够为公司赚取三分之一的利润，请问该汽车应该定价多少才合适？

**七、案例分析**

1、案例：福特是美国福特汽车公司的创始人，也是第一个使用汽车生产流水线的企业。他造出第一辆车的时间是1896年，售价是200美元，年产量600辆。到了1902年，美国汽车产量已达9000辆。

福特公司最初只生产一种黑色的T型车。随着工业的发展以及人们生活水平的提高,对汽车的需求也越来越高,更多生产商涌入,开始生产多样式的多种颜色的车子,以满足人们的需求。

而福特公司没有改变它的生产方式,还是生产那种黑色的T型车,导致汽车的销量下降。幸好后来福特公司新的班子意识到了这个严重的问题,开始结合人们的需求生产多样式多颜色的车子,销量开始上升,以致于到现在它都是汽车领域的领导者。

问题：结合市场营销知识，分析福特销售成功和失败的原因？

2、案例：在国内经济型轿车市场上，像广州本田的飞度一样几乎是全球同步推出的车型还有上海大众的POLO。但与飞度相比，POLO的价格要高得多。飞度1.3L五速手动挡的全国统一销售价格为9.98万元、1.3L无级变速自动挡销售价格为10.98万元。而三厢POLO上市时的价格为13.09-16.19万元。

飞度上市后，POLO及时进行了价格调整，到12月中旬，在北京亚运村汽车交易市场上，三厢POLO基本型的最低报价是11.11万。即使这样，其价格还是高于飞度。虽然飞度9.98万元的价格超过了部分消费者的心理预期，但在行家眼里，这是对其竞争对手致命的定价。

飞度定价上也体现了广州本田的营销技巧。对于一般汽车企业来说，往往从利润最大化的角度考虑定价，想办法最大程度地获得第一桶金。这体现在新车上市时，总是高走高开，等到市场环境发生变化时才考虑降价。但这种方式存在一定的问题，即在降价时，因为没办法传递明确的信号，消费者往往更加犹豫，因为他们不知道企业是否已经将价格降到谷底。

对于飞度为什么能够实现如此低的定价这个问题，广本方面的解释是，飞度起步时国产化就已经超过80%。而国产化比例是决定国内轿车成本的两大因素之一。

整体来看，飞度良好的市场表现最重要的原因之一是广本采用了一步到位的低价策略。汽车性能和价格在短期内都难以被对手突破。这就使得长期徘徊观望的经济型轿车潜在消费者打消了顾虑，放弃了持币待购的心理，纷纷选择了飞度。

问题：飞度采取的是什么定价策略？这种定价策略有何优缺点，以及它的适用顾客群？

3、案例：李先生是我市已房产开发公司的经理，35岁，月收入4000元，积极上进，在房地产行业稍有名气 ，97年大学毕业后买房，结婚，有一8岁的儿子，公司离家有两站路的距离，交通工具目前是公交车，看着周围的朋友都陆续买车，8月份同学聚会，看到同学们买车的特多，自己觉得很没有面子，回家后就给妻子商量，自己考驾照1年多了，现在朋友们都有车，我们也不能让周围人看着混的很差，夫妻最后决定购买一辆价值10万元左右汽车，于是看报纸，上网查资料，买汽车杂志，询问同学们用车感觉，8个同学推荐了8款车型；李先生发现8款车型各有优劣，李先生不知道买哪款车，与妻子的观点也不一致，选了3个月都没有确定？

（1）李先生购买汽车的原因是什么？

（2）李先生通过哪些途径了解所需购买的汽车？

（3）为什么李先生没有确定买哪款车？

（4）假如你是销售顾问，你会怎样帮助李先生？

4案例：某汽车企业安排生产线生产一款汽车，预计半年收回成本，之后不再生产。平摊到每辆车的固定成本为4万元，平摊到每辆车的变动成本中预算的最高工资成本为1万元，其他变动成本为3万元。该生产线每个月最多能生产1000辆汽车。销售部门预计：以定价9万元销售，每个月能销售3000辆；以定价9.5万元销售，每个月能销售2000辆；以定价10万元销售，每个月能销售1000辆；以定价10.4万元销售，每个月能销售800辆；以定价11万元销售，每个月能销售600辆。如果你是企业主，你将采取什么样的定价策略，以使企业能够获得最大的利润？

1、北京现代只谈自主开发，不谈自主品牌，逐步引进现代在欧洲开发的车型，第一就是即将上市的i30,2010年将引进SUV车型iX35，以后北京现代引进所以现在欧洲开发中心开发的车型躲将沿用i字母打头的车名，而且北京现代将其名字定义为“现代欧版车”以与引进韩国开发的车型相区分。

请分析北京现代的营销策略。

2、从传统意义上看，彩色营销已被多次引用，而且其遵循的是这样的原则：消费者在选择商品的时间方面存在一个“七秒定律”，也就是说面对众多的选择消费者往往能在七秒的时间内确定对一个商品的喜恶。而在各种感官影响因素中，色彩的影响比例占到65%。但是长安铃木的色彩营销却别样具一格。

2008年春，长安铃木春季时尚个性车型粉红版雨燕正式上市，它是国内首款时尚浪漫的粉红色量产版个性小车，属于长安铃木在色彩营销上的又一次尝试。推出两周后，500辆粉燕儿销售一空。七月，夏季蓝色特别版“雨燕-晴蓝”上市，全国限量发售400台。9月，金橘色彩的秋季版“雨燕-劲乐”上市，全国限量发售1000台。12月，冬季巧克力色彩的“雨燕-冬恋”上市，全国限量发售400台。

分析该案例中“雨燕”的营销方式。