

2.1.4(1-1) 《茶叶营销》课程标准

1.课程性质

(1) 课程定位

本课程是中等职业学校茶叶生产与加工专业一门方向课程，适用于中等职业学校茶叶生产与加工专业，是从事茶叶销售岗位工作的必修课程，通过本课程要求学生能基本掌握营销的技巧，懂得各种营销方式和技巧，能结合两种以上的营销组合方式，了解到适合茶叶市场最新的营销模式和发展趋势，学习完成后基本能胜任茶叶企业营销岗位。

先导课程有：《中国与雅安茶文化》《茶艺》应与《茶叶品质感官鉴别技术》同时开设，为培养适应当代社会经济环境的茶叶销售人员奠定基础。

(2) 设计思路

本课程按项目化教学设计学习过程，运用项目教学任务驱动使学生掌握相关的知识和技能，具备茶叶销售服务的基本职业能力。掌握营销技巧和营销策划技能及其学习要求，采取了“能（会）做，能学习……”的形式进行描述，知识及其学习要求则采取了“能描述……”和“能理解……”到“能策划”的形式进行描述，即区分了三个学习层次，“描述”指学生能熟练识记知识点，“理解”指学生把握知识点的内涵及其关系，“能动手”指学生能根据所学的知识点灵活运用营销技巧。

本课程的目的是通过教与学，揭示茶叶市场特点和茶叶营销活动的一般规律，使学生了解茶叶市场的特点和发展趋势，以及茶叶营销

的基本原理、茶叶销售策略和技巧，培养学生根据不同茶类的特点解决营销实际问题的能力和创新能力。

本课程从茶叶营销概述、茶叶市场分析、茶叶产品策略、茶叶促销策略、茶叶电子商务技巧等方面对课程内容进行规划与设计，以使课程内容项目化、任务化。通过项目任务的完成来培养职业能力。

本课程是一门以培养岗位能力为核心内容的课程，其教学以任务驱动为主要方法，实行项目教学。实际教学可在茶叶销售模拟岗位情境中进行。在学习情境中，建议通过具体案例实施情景教学。

本课程总课时为 72 学时，其中理论课时 24 学时，实训课时 48 课时。

2.课程目标

知识目标

- 能掌握茶叶营销概述。
- 能思考茶叶市场分析。
- 能理解和运用茶叶产品策略。
- 能掌握策划茶叶促销策略。
- 能熟练并综合使用茶叶电子商务的各种技巧。

技能目标：

- 能熟悉雅安茶叶市场营销的定位，拟定蒙顶山茶营销方案。
- 能根据每种茶类的特点，结合不同的销售技巧，拟定茶叶营销方案。

态度目标：

- 能积极参与交流沟通，具有良好的口头与书面表达能力和团队协作能力。
- 具有健康的心理素质，能懂得与客户建立良好、持久关系的重

要性。

●具有吃苦耐劳的优良品质，踏实肯干的工作作风和勇于创新的开拓精神。

●能养成爱岗敬业，守纪服从和自主学习的习惯。

3.课程内容和要求

序号	工作任务	课程内容与教学要求			活动设计	课时
		知识	技能	态度		
1	茶叶营销概述	<ul style="list-style-type: none"> ●能描述六大茶类的特点。 ●能描述四川茶叶市场的基本情况。 ●能理解雅安市茶叶企业竞争力分析及对策研究。 ●能理解茶叶促销的实质和作用。 	<ul style="list-style-type: none"> ●能熟知茶叶销售对于茶叶企业的意义，会阐述茶叶销售的作用。 	<ul style="list-style-type: none"> ●立足岗位，热爱顾客。 	目标任务： <ul style="list-style-type: none"> ●活动目标：对雅安茶叶市场进行研究、分析。 ●活动方法：走访相关茶馆、茶铺，询问顾客，发放调查表等。 ●对结果评价，完成成绩评定。 	12
2	茶叶市场分析	<ul style="list-style-type: none"> ●能描述茶叶市场的概念及分类； ●能理解四川茶叶市场现状； ●能理解茶叶消费者市场分析。 	<ul style="list-style-type: none"> ●能通过语言技术和顾客接触、交谈，与顾客进行双向沟通，赢得顾客的理解和信任，促成顾客的购买行为。 	<ul style="list-style-type: none"> ●具有吃苦耐劳,积极主动,团结协作的精神。 ●立足岗位，热爱顾客。 	目标任务： <ul style="list-style-type: none"> ●活动目标：针对雅安蒙顶山茶，拟定人员销售方案。 ●活动方法：设计角色，开展模拟练习。 ●对练习评价，完成成绩评定。 	12

3	茶叶产品策略	<ul style="list-style-type: none"> ●能描述茶叶广告宣传的作用。 ●能描述茶叶广告设计的原则。 ●能理解茶叶广告的必要性。 ●能理解茶叶广告的媒体与选择。 ●能理解品牌与商标的概念、特点； ●能熟悉茶叶品牌的作用； ●能掌握茶叶企业品牌设计原则与策略。 	<ul style="list-style-type: none"> ●能选择适合的茶叶广告媒体； ●会设计茶叶广告内容。 ●能掌握茶叶品牌与商标的策略； ●能理解四川名茶品牌建设的重要性。 	<ul style="list-style-type: none"> ●具有吃苦耐劳,积极主动,团结协作的精神。 ●立足岗位,热爱顾客。 	<p>目标任务:</p> <ul style="list-style-type: none"> ●活动目标:了解红茶的特点,选择合适的广告媒体,掌握茶叶品牌策略,拟定可行的广告销售方案。 ●活动方法:设计角色,开展模拟练习。 ●对练习评价,完成成绩评定。 	16
4	茶叶促销策略	<ul style="list-style-type: none"> ●能描述茶叶茶叶促销策略的作用。 ●能描述茶叶促销策略的原则。 	<ul style="list-style-type: none"> ●能选择适合的茶叶广告媒体； ●会设计茶叶促销方案。 	<ul style="list-style-type: none"> ●具有吃苦耐劳,积极主动,团结协作的精神。 ●立足岗位,热爱顾客。 	<p>目标任务:</p> <ul style="list-style-type: none"> ●活动目标:了解品牌的概念、特点,拟定品牌可行的茶叶促销方案。 ●活动方法:根据雅安茶叶市场特点,开展品牌建设调查。 ●对练习评价,完成成绩评定。 	14
5	茶叶电子商务技巧	<ul style="list-style-type: none"> ●能描述电子商务的产生和概念。 ●能理解电子商务的特点。 ●能理解电子商务的关键技术环节。 	<ul style="list-style-type: none"> ●能上网宣传,能在网上市场调研。 ●会网上直接销售。 	<ul style="list-style-type: none"> ●具有吃苦耐劳,积极主动,团结协作的精神。 ●立足岗位,热爱顾客。 	<p>目标任务:</p> <ul style="list-style-type: none"> ●活动目标:了解藏茶的特点,拟定网络销售方案。 ●活动方法:分成小组,使用简单的软件,学会网络销售。 ●对练习评价,完成成绩评定。 	16
	机动(考核)					4
	合计					72

4. 实施建议

(1) 教材编写

①必须依据本课程标准编写和选择教材。

②教材应充分体现任务引领实践导向的课程设计思想，以工作任务为主线设计教材结构。

③教材在内容上应简洁实用，还应把茶叶销售的新知识、新观念、新方法融入教材，顺应岗位需要。

④教材应以学生为本，文字通俗、表达简练，内容展现应图文并茂，图例与案例应引起学生的兴趣，重在提高学生学习的主动性和积极性。

(2) 教学组织

①在教学过程中，应立足于坚持学生实际技能培养，采用项目教学，设计不同的活动，提高学生学习兴趣。

②本课程的教学关键是情景教学，“教”与“学”互动，设计教学环境，分配训练角色。选用典型案例由教师讲解，学生进行分组模拟训练，让学生在训练过程中掌握茶叶销售的方法和技巧。

③在教学过程中，要创设工作情景，同时应加强实践训练，使学生掌握茶叶销售中所要注意的事项。

④在教学过程中要关注本专业领域的发展趋势，结合当地特色，更贴近茶叶销售市场发展趋势要求。

⑤以工作任务为核心，在组织训练技能的同时建构理论知识，对于项目课程来说，项目教学法是主要的教学方法，它是以学生为主体，以教师为主导的教学活动。这种教学方法的核心思想是“基于工作任务”。

(3) 教学条件

- ①具有茶叶营销模拟训练场所。
- ②教师具有市场营销本科以上专业且具备茶叶销售理论研究成果。

(4) 课程资源

①常用课程资源的开发和利用

幻灯片、投影、录像、多媒体课件等资源有利于创设形象生动的学习环境，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校的多媒体资源共享。

②积极开发和利用网络课程资源

充分利用网络资源、教育网站等信息资源，使教学媒体从单一媒体向多媒体转变；使教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；使学生从单独学习向合作学习转变。

(5) 教学评价

本课程教学按照学校“五部一体”评价模式

- ①改革考核手段和方法，加强实践性教学环节的考核，注重学生自评、互评以及过程考核和结果考核相结合。
- ②突出过程评价与阶段（以每一个工作任务为阶段）评价，结合课堂提问、训练活动、阶段测验等进行综合评价。
- ③应注重学生分析问题、解决实际问题内容的考核，对在学习和应用上有创新的学生应特别给予鼓励，综合评价学生能力。
- ④注重学生的职业素质考核，体现职业教育的重要性。

