

## 2.1.4(1-2) 《茶叶营销》课程考核标准

序号	考核项目	考核要点	考核方法	评分标准	备注
1	茶叶营销概述	①六大茶类的特点； ②茶叶促销的实质和作用。	对市场调查结果进行评价	①优秀：熟知茶叶营销对茶叶企业的意义，会阐述茶叶营销的作用。 ②良好：知道茶叶营销对于茶叶企业的意义，基本能阐述茶叶营销的作用。 ③及格：茶叶营销对于茶叶企业的意义认知不完整，不能阐述茶叶营销的作用。 ④不及格：不能描述茶叶营销对于茶叶企业的意义。	
2	茶叶人员推销策略	①茶叶推销的特点，茶叶门店销售的策略与技巧； ②不同营业场所茶叶人员销售技巧； ③四川茶叶市场的基本情况。	角色模拟进行考核	①优秀：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。 ②良好：基本能通过语言技术和顾客进行常规接触、交谈、沟通，赢得顾客的理解和信任，促成一部分顾客的购买行为。 ③及格：尚能和顾客进行常规接触、交谈，沟通不是很流畅。 ④不及格：与顾客交谈、沟通不畅。	
3	茶叶广告宣传销售技巧	①茶叶广告宣传的作用，茶叶广告设计的原则； ②茶叶广告的必要； ③茶叶广告的媒体与选择。	角色模拟进行考核	①优秀：能选择适合的茶叶广告媒体，会设计茶叶广告内容。 ②良好：基本能选择适合的茶叶广告媒体，会设计茶叶广告内容。 ③及格：尚能选择适合的茶叶广告媒体，设计茶叶广告内容有缺陷。 ④不及格：不能设计茶叶广告内容。	
4	茶叶品牌营销销售技巧	①品牌与商标的概念、特点； ②茶叶品牌的作用，茶叶企业品牌设计原则与策略。	结合课堂讨论及课程作业进行考核	①优秀：能掌握茶叶品牌与商标的策略，理解四川名茶品牌建设的重要性。 ②良好：基本能掌握茶叶品牌与商标的策略，基本理解四川名茶品牌建设的重要性。 ③及格：对茶叶品牌与商标的策略认知不清晰，对四川名茶品牌建设的重要性的理解不到位。	

				④不及格：不理解四川名茶品牌建设的重要性。	
5	茶叶电子商务销售技巧	①网络营销的产生和概念； ②茶叶电子商务的特点； ③电子商务的关键技术环节。	结合课程作业进行考核	①优秀：掌握电子商务的概念特征及其分类，根据茶叶的特点选择不同的网络营销类型； ②良好：基本了解电子商务的概念特征及其分类，根据茶叶的特点选择网络营销类型时有困难； ③及格：对电子商务的概念特征及其分类有混淆，能选择少数对应的网络营销类型； ④不及格：不知道网络营销的概念特征及其分类。	