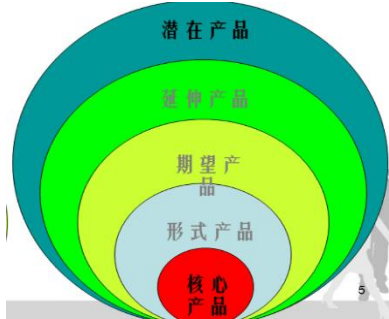
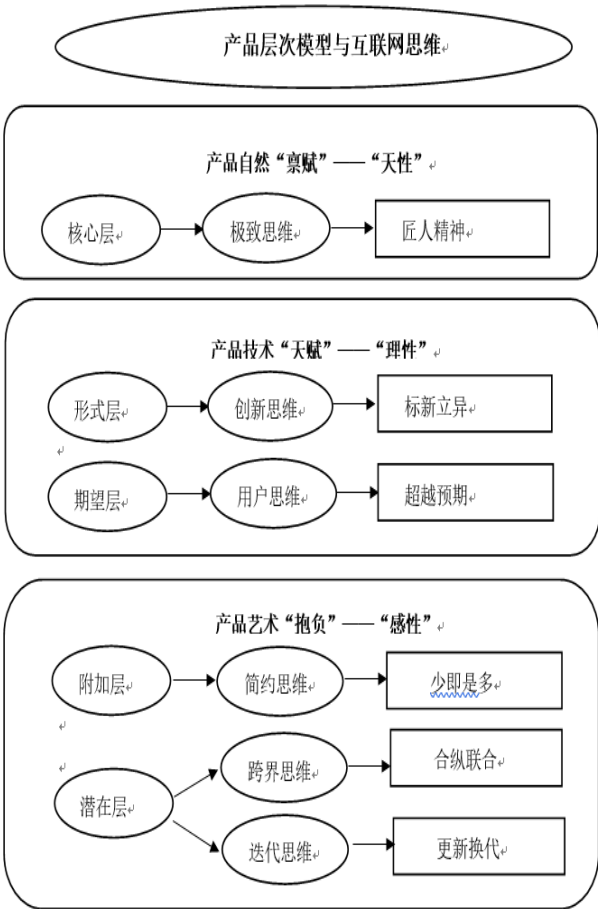


课题名称	项目一 “匠”文化——产品组合策略		
教学时数	2	教材	《市场营销知识》（第四版） 高等教育出版社
授课类型	新授课		
学情分析	本次课的授课对象为中职会计专业三年级学生，在学习市场营销调研这一章节中，实地走访过光明农场，对农场的市场供需环境以及销售渠道进行了解和分析。从本项目起，学生将会接触市场营销策略中最核心的概念——产品，理解产品、产品生命周期以及新产品开发，是有效制定营销策略的必备技能。依托光明农场产品营销项目，学生参与积极性较高，思维活跃，对实践性课堂有兴趣，但如何将理论知识应用到实践中更好指导实践，还缺乏系统训练。		
设计思路	本课在设计和实施过程中，首先以“华为的工匠文化理念”作为切入点，使学生了解营销学意义上的产品生产理念，通过“案例直通车”，让学生了解何为产品，从中得到产品营销成功的启发。利用己简酷课多案例贯穿创设情境，引导学生从市场营销学的角度思考现实问题，突出本课重点、难点。通过分析判断光明农场产品组合，学生能够运用产品组合策略进行市场营销活动从而回归本课营销助农的核心任务，并引导学生情系三农，用营销智慧助力本土农场现代化提升。		
教学目标	1. 知识与能力目标：①理解产品的概念及主要分类；②运用互联网思维看产品，理解产品整体概念和潜在产品五个层次；③理解产品组合的概念以及产品项目的四个维度；④了解产品包装的含义以产品包装的作用。		
	2. 过程与方法目标：①通过创设情境、案例分析，让学生理解产品组合策略的具体运用；②通过小组合作探究，培养学生学以致用能力，能够运用产品组合策略进行市场营销活动。		
	3. 情感态度价值观目标：①培养学生理解“匠”文化的精髓，领悟毫不妥协、追求完美的精神理念，学习优秀企业家身上的工匠精神；② 提高学生产品质量意识。激励学生主动融入乡村发展大局，将个人理想与家国情怀相融合。		
教学重点	1. 产品概念的理解、产品层次模型及主要属性； 2. 产品线、产品组合宽度、产品组合长度、产品组合深度以及产品组合相关度的分析与应用。		
教学难点	产品层次模型以及产品项目四个维度的分析应用。		
教学方法	教法：情境教学法、案例教学法、任务驱动法		
	学法：自主探究法、小组合作法、系统归纳法		
教学资源	信息化资源：己简酷课、微视频 环境资源：多媒体教室		
板书设计	“匠”文化——产品组合策略 产品概念及分类 产品组合 产品包装		

教 学 程 序			
教学环节	教 学 内 容	师生活动	设计意图
导言 (2 分钟)	庖丁解牛——中国最具工匠精神的企业是怎样练成的？ 华为获得了中国质量领域最高政府性荣誉“中国质量奖”制造领域的第一名。 ——为什么是华为？ 	生：了解华为案例，明白“匠”文化的精神理念。 师：引导学生懂得产品本身就是口碑之作，产品是根本。	以“华为的工匠文化理念”作为切入点，了解营销学意义上的产品生产理念，理解为何要努力提供更好的产品和优秀的品牌。
目标 (3 分钟)	1. 结合生活实际，理解产品的概念； 2. 运用互联网思维看产品，理解产品整体概念和潜在产品五个层次； 3. 理解产品组合的概念以及产品项目的四个维度； 4. 了解产品包装的含义以产品包装的作用。	生：梳理主要学习目标，分层理解。 师：明确课堂目标，传达于学生。	引导学生关注市场营销策略中最核心的产品概念，关注本课学习目标，能以思维导图形式进行系统梳理。
前测 (20 分钟)	案例直通车：日销破亿，全棉时代做对了什么？  一、产品：能够提供给市场，被人们使用和消费，并能满足人们某种需求的任何东西，包括有形的产品、无形的服务以及它们的组合。 二、产品分类（按不同属性） 1. 耐用性 { 耐用品 非耐用品	生：分组讨论案例，分享从中得到的成功关键因素；小组汇报互联网思维看产品的层级及相关属性； 	1. 通过“案例直通车”，让学生了解何为产品，从中得到产品营销成功的启发。 2. 通过心灵激荡、情感互动、社会责任让学生更好理解产品的整体概念以及顾客价值层级。

	2. 用途 消费品 工业品 三、互联网思维看产品  产品的自然“禀赋”——产品的“天性” 产品的技术“天赋”——产品的“理性” 产品的艺术“抱负”——产品的“感性”	师：启发学生思考为何成功的口碑营销使得全棉时代在同类品牌中迅速脱颖而出；引导学生理解产品、产品分类的基本概念，用互联网思维看产品。	
参与式学习 (27 分钟)	一、产品组合：企业提供给市场的全部产品线和产品项目。 	生：以互联网思维理解产品层次模型，小组研讨产品线扩展、产品线填补产品线削减的产品线策略，掌握产品组合四个维度，并了解产品包装的含义及作用。	1. 创设情境，增强学生学习体验感，利用已简酷课多案例贯穿，引导学生从市场营销学的角度思考现实问题，突出本课重点、突破本课难点。

二、产品线是指密切相关的满足同类需求的一组产品。主要的产品线策略：



三、产品组合四个维度：

案例：宝洁公司产品组合宽度和产品线长度

产品组合宽度： 是指具有多少条不同的产品线	产品组合长度： 是指产品组合中产品项目的总数。产品项目的总数除以产品线数目即可得到产品线的长度。	产品组合深度： 是指一条产品线中所含有产品项目的多少。	产品组合相关度： 是指各条产品线在最终用途、生产条件、分销渠道或其他方面相互关联的程度。
---------------------------------	---	------------------------------------	---



四、产品包装

案例：椰树牌椰汁——找到品类，占据消费者心智；找到“视觉锤”，钉到消费者心中。

（一）基本含义

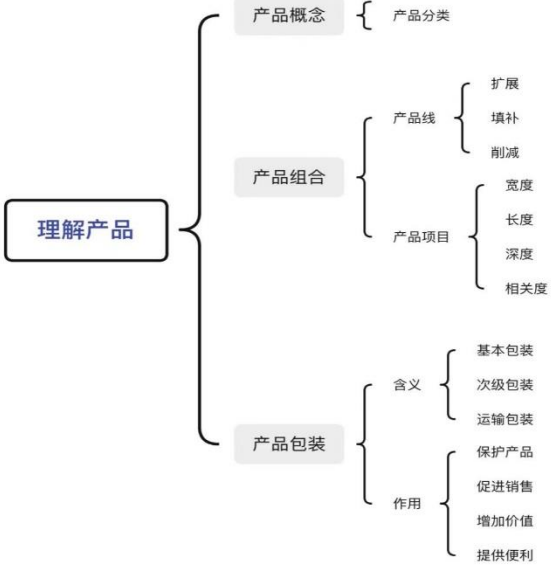


（二）作用



师：任务驱动，设计相关记忆点，指导学生理解产品层次模型，对本课重、难点：产品线策略及产品组合的四个维度结合生活实例进行分组指导。

2. 引导学生学习成功企业家永远行走在不满足产品现状、追求精益求精道路上的工匠精神。

后测 (20 分钟)	光明农场产品组合分析判断： “光明农场” 主要产品一览表 <table border="1"> <thead> <tr> <th>水果</th><th>花木</th><th>水产</th><th>特产</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>草莓</td><td>鲜花</td><td>螃蟹</td><td>百合</td></tr> <tr> <td>蓝莓</td><td>绿植</td><td>淡水鱼</td><td>板栗</td></tr> <tr> <td>火龙果</td><td>盆景</td><td>虾</td><td>鲜笋</td></tr> <tr> <td>皇冠梨</td><td></td><td></td><td>笋干</td></tr> <tr> <td>香瓜</td><td></td><td></td><td>豆腐干</td></tr> <tr> <td>枇杷</td><td></td><td></td><td>红枣</td></tr> <tr> <td>樱桃</td><td></td><td></td><td>桃酥</td></tr> </tbody> </table>	水果	花木	水产	特产	草莓	鲜花	螃蟹	百合	蓝莓	绿植	淡水鱼	板栗	火龙果	盆景	虾	鲜笋	皇冠梨			笋干	香瓜			豆腐干	枇杷			红枣	樱桃			桃酥	生：在掌握了相关理论知识基础上，分析判断光明农场的产品线、产品组合宽度、产品组合长度、产品组合相关度，并对产品主要产品包装策略提供建议。 师：发布分组任务，对各组的判断及所提供的策略建议适时点拨，给予指导。	1. 通过分析光明农场产品组合，回归本课营销助农的核心任务。 2. 利用已简酷课作业平台，实时分析和评价学生的知识掌握情况。 3. 通过小组合作，提高学生对于知识生成的参与度；引导学生情系三农，用营销智慧助力本土农场现代化提升。
水果	花木	水产	特产																																
草莓	鲜花	螃蟹	百合																																
蓝莓	绿植	淡水鱼	板栗																																
火龙果	盆景	虾	鲜笋																																
皇冠梨			笋干																																
香瓜			豆腐干																																
枇杷			红枣																																
樱桃			桃酥																																
总结 (8 分钟)		生：对知识点进行系统回顾总结，以思维导图形式绘制对产品的理解，并能结合生活实际触类旁通、灵活运用。 师：引导学生系统总结回顾所学知识。	1. 能够运用产品组合策略进行市场营销活动。 2. 提高学生产品质量意识。激励学生主动融入乡村发展大局，将个人理想与家国情怀相融合。																																
教学反思	1. 在本课教学活动中应用智慧平板等新信息技术教具，学生积极参与课堂，对教师所提出的问题及时进行思考并利用平板主动抢答。课堂气氛活跃，小组讨论成效好。 2. 在课堂呈现多案例基础上，任务回归具体明确，即分析判断光明农场产品组合，帮助学生增强职业素养，明确本课实践意义。 3. 思政教育贯穿始终，引导学生学习成功企业家永远行走在不满足产品现状、追求精益求精道路上的工匠精神。																																		

