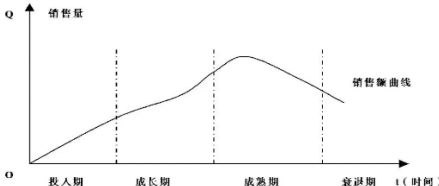
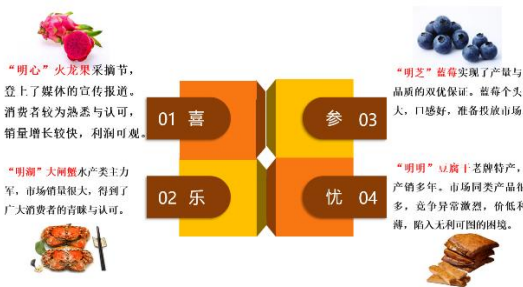


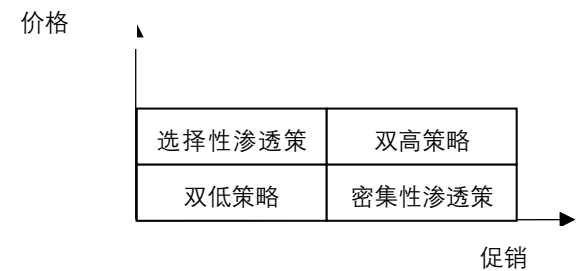
课题名称	项目二 智慧助农——产品生命周期策略		
教学时数	2	教材	《市场营销知识》（第四版） 高等教育出版社
授课类型	新授课		
学情分析	学生已经学习了产品组合策略，对光明农场的产品线、产品组合宽度、产品组合长度、产品组合深度以及产品组合相关度及产品包装策略进行了分析并提供了建议。学生积极参与课堂，对教师所提出的问题及时进行思考并利用平板主动抢答。课堂气氛活跃，小组讨论成效好。学生逐渐养成了一定的职业素养，能够利用所学主动融入乡村发展大局。		
设计思路	本课采用一课双师的授课模式，同时邀请光明农场负责人深度参与课堂，在设计 and 实施过程中，首先对光明农场实地调研进行回顾，设计任务，创设情景。农场负责人下达项目总体任务并层层分解。以小组合作探究、双师共同指导方式，就投入期、成长期、成熟期、衰退期产品生命历程的特点及营销策略进行分析应用，利用所学，助力光明农场的现代化升级，助力美丽家乡的高品质发展。		
教学目标	1. 知识与能力目标：①理解产品生命周期理论；②能够分析产品生命周期各阶段特点及营销策略；③明确延长产品生命周期的主要途径。		
	2. 过程与方法目标：①通过创设情境、任务驱动，让学生置身实践项目，制定产品生命周期营销策略方案；②培养学生学以致用能力，能够运用产品生命周期策略进行市场营销活动。		
	3. 情感态度价值观目标：对接经济发展趋势和市场需求，践行“营销课堂”里的乡村振兴梦，让更多的新知识、新技能成为新质生产力，助力光明农场的现代化升级，助力美丽家乡的高品质发展。		
教学重点	1. 产品生命周期各阶段特点及营销策略的具体分析应用； 2. 产品生命周期理论曲线分析。		
教学难点	产品生命周期各阶段的主要营销策略		
教学方法	教法：双师课堂教学、任务驱动法、情境教学法		
	学法：自主探究法、小组合作法、调研访谈法		
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	一、产品生命周期曲线图  二、分析阶段特点（销售量/额、利润、费用、顾客、竞争者等） 三、为光明农场提供产品营销策略方案		

教 学 程 序			
教学环节	教 学 内 容	师生活动	设计意图
导言 (1 分钟)	光明农场实地调研回顾 	生： 对光明农场市场调研及产品组合相关活动进行回顾。 师： 引导学生复习回顾之前进行的实践活动，为本课任务作准备。	设计任务，创设情景。
目标 (3 分钟)	1. 了解产品生命周期理论； 2. 依托光明农场项目，分析产品生命周期各阶段特点和营销策略，为光明农场提供营销方案； 3. 讨论产品生命周期应注意的事项； 4. 提供延长产品生命周期的主要途径。	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。	采用一课双师的授课模式，并邀请农场负责人深度参与课堂，下达项目总体任务并层层分解。
前测 (14 分钟)	项目委托人光明农场负责人布置任务： 农场目前主要经营的产品以及所存在的主要困惑：  产品生命周期理论 (1) 提出者：最早由营销学家雷蒙德·弗农在20世纪50年代中期提出，它是企业制定产品决策的重要依据。 (2) 具体内容：产品生命周期一般分为四个阶段，投入期、成长期、成熟期、衰退期。这种市场演化过程与生物的生命历程一样，有一个诞生、成长、成熟和衰退的过程。 (3) 研究意义：研究产品生命周期可以使企业更好的了解本企业产品的发展趋势，适时的开发新产品，不断调整企业的产品决策。	生： 小组合作，领会任务，选择市场营销分析理论，参阅教材，归纳提炼，积极参与抢答。  师： 和项目委托人共同布置任务，引导学生积极参与课堂，点拨理论知识，为下面实践做铺垫。	教师通过前期和农场负责人的沟通，了解到农场目前的困惑和本课内容高度相关，为此把经理请到课堂，学生利用所学，为经理出谋划策，为农场排忧解难。

参与式
学习
(36 分
钟)

判断产品所处的生命阶段，分析其阶段特点，并为农场给出相应的营销策略建议。

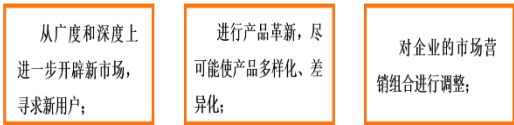
(一) 投入期



(二) 成长期



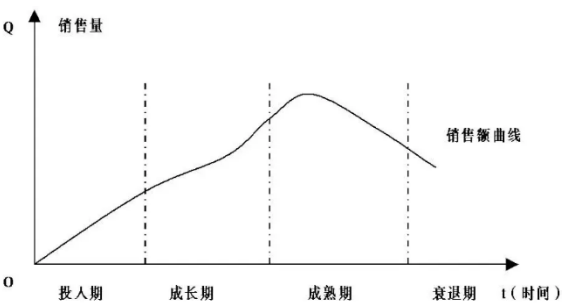
(三) 成熟期



(四) 衰退期



(五) 应用与整合：产品生命周期曲线



生：围绕“明之”蓝莓、“明心”火龙果、“明湖”大闸蟹、“明明”豆腐干四个主要产品，以小组为单位，各组选取一个产品，判断其所处的生命阶段，分析其阶段特点，并为农场给出相应的营销策略建议，将讨论结果上传至平台，准备小组汇报。

师：教师、企业导师、农场负责人共同对各小组研讨情况进行点拨指导，对个别疑问具体解答。强调分析本课重、难点。

依托农场项目，以小组合作探究方式，就投入期、成长期、成熟期、衰退期产品生命历程的特点及营销策略进行分析应用，利用所学，助力农场解决实际问题，助力乡村振兴，实现学以致用。

后测 (26 分钟)	(一) 讨论产品生命周期应注意的事项 01 产品生命周期和产 品使用寿命是两个完 全不同的概念。 02 产品生命周期是针 对某产品线的产品项目 而言，是这一产品项目 的市场寿命，而不是整 条产品线的市场寿命。  03 产品生命周期曲线是一条理 论曲线，但在实践中，产品生 命周期的曲线是多种多样的。 如有些产品刚上市就迅速成长， 因而可能跳过销售缓慢的投入 期，另有一些产品有可能持续 缓慢增长，即由投入期直接进入 成熟期等。 (二) 延长产品生命周期的途径 	生：在教师、企业导师引领下分析讨论产品生命周期应注意的事项，更好理解产品生命周期理论。小组分析讨论延长产品生命周期的途径，平板展示。 师：教师、企业导师梳理产品生命周期应注意的事项，通过实例展开讲解。对小组汇报进行点评、总结。	理实结合，特别是企业导师基于生活实践角度，引导学生开展分析讨论，举一反三，使学生知晓虽然对产品生命周期的研究具有重要的现实意义，但对理论的学习不能生搬硬套，应根据实际情况进行灵活分析、运用。																																																																					
	总结 (10 分钟)	产品生命周期特点及营销策略综合归纳表 <table><tr><th></th><th>项目</th><th>投入期</th><th>成长期</th><th>成熟期</th><th>衰退期</th></tr><tr><td rowspan="5">特点</td><td>销售量</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>成本</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>利润</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>顾客</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>竞争者</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td rowspan="5">营销策略</td><td>生产</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>市场策略</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>产品策略</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>价格策略</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>渠道策略</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td rowspan="2">延长途径</td><td>促销策略</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>综合策略</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		项目	投入期	成长期	成熟期	衰退期	特点	销售量					成本					利润					顾客					竞争者					营销策略	生产					市场策略					产品策略					价格策略					渠道策略					延长途径	促销策略					综合策略					生：完成产品生命周期特点及营销策略综合表，从销售量、成本、利润、顾客、竞争者、生产项目归纳其主要特点，从市场、产品、价格、渠道、促销、综合等方面归纳其主要营销策略，各组提供完整的农场整体营销策略方案。 师：引导学生系统总结回顾所学知识。
	项目	投入期	成长期	成熟期	衰退期																																																																			
特点	销售量																																																																							
	成本																																																																							
	利润																																																																							
	顾客																																																																							
	竞争者																																																																							
营销策略	生产																																																																							
	市场策略																																																																							
	产品策略																																																																							
	价格策略																																																																							
	渠道策略																																																																							
延长途径	促销策略																																																																							
	综合策略																																																																							
教学反思	1. 学生在课堂的表现积极主动，问题分析也较到位，但由于各组主要汇报一个产品生命阶段的特点和营销策略，对知识的全面性掌握还有待考察，应进一步延展课堂，提升学生对知识的综合应用能力。 2. 思政教育贯穿始终，引导进一步对接经济发展趋势和市场需求，让更多的新知识、新技能成为新质生产力，助力光明农场的现代化升级，助力美丽家乡的高品质发展。																																																																							

