

## 《市场营销》课程教学单元设计

## 项目三 购买者行为分析

课题名称	单元6 组织者购买行为分析	授课时数	90 分钟
授课班级	网络营销 2001	授课时间	2020-2021 (1)
授课地点	多媒体教室	授课形式	讲授+智能课堂互动, 线上线下混合式教学
教学资源	参考教材	《市场营销》	
	专业教学标准	2020 年黄河水利职业技术学院网络营销专业学分制教学计划	
	职业技能标准	助理经济师职业等级标准	
	校本补充材料	《市场营销》 课程标准	
其他资源	媒体资源	智能课堂 APP ( <a href="http://iclass.yrceti.edu.cn">http://iclass.yrceti.edu.cn</a> )、蓝墨云班课 APP	
	环境资源	商务仿真实训室、京东校园超市	
教学目标	知识目标	掌握组织者市场的概念与特点 了解组织者购买行为模式, 明确有哪些因素影响组织者的购买行为, 它们是怎样影响的 掌握组织者购买决策的过程, 明确各个阶段应采取哪些营销对策	
	技能目标	能够对组织市场做出需求特征分析 能够对组织者购买行为作出判断 能够针对组织市场特点提出营销策略	
	课程思政 教学目标	德法兼修、诚信经营、企业家精神, 遵守法律法规和职业道德; 工匠精神, 爱岗敬业、踏实肯干和艰苦奋斗的职业素养; 自立自强, 坚强意志, 良好的心理素质、团队协作、大局意识。	
教学重点	组织者市场的概念与特点 组织者购买决策的过程		
教学难点	组织者购买决策的过程		
学情分析	本班是统招生源, 学风良好, 但是学生过于安静, 课堂上要加强课堂互动, 增强学习效果。		
教学 总体 设计	以头脑风暴讨论导入展开知识点的学习, 结合在线资源与网络活动参与, 加深课堂知识的理解, 并布置课下模拟练习, 巩固相关技能点。		
课外拓展	为了巩固学习成果, 提升综合素养, 安排课后训练, 并在线提交作业, 进一步提升专业技能。		

教学环节 (时间安排)	教学内容	教学活动		技术资源	教学随记 (教学过程中记录)
		教师	学生		
课前准备	提前 2-3 天发布教学任务，要求学习教学内容对应的课程在线资源。	布置教学任务	学生登录平台，学习资源	智能课堂 APP	
课堂教学	(一) 知识复习 [10 分钟]	讲授课程基本信息、课程目标、课程框架等	学生听讲	多媒体 + 智能课堂 APP 多媒体课件演示	
课堂教学	(二) 情境创设 [20 分钟]	头脑风暴： 请同学们思考： <b>案例：YKK 拉链</b> 讨论： <b>组织者购买市场的特点</b>	导入案例讲授相关知识，带领学生参与课程互动	学生参与课堂互动	多媒体 + 智能课堂 APP 多媒体课件演示 板书提示
课堂教学	(三) 知识学习 [60 分钟]	一、组织者市场的概念与特点 二、组织者市场的分类 三、组织者购买行为方式（引入招投标违法案例） 四、影响组织者购买行为的因素 五、组织者购买行为类型 六、组织者购买决策过程	案例导入法，理论联系实际，讲授法，启发式教学	学生听讲，课堂讨论、练习题。	案例；多媒体教学课件演示；板书提示 讲授知识的同时，教育学生遵纪守法，公开公正公平进行招投标
课堂教学	(三) 总结拓展 [5 分钟]	强调课程重点： <b>组织者购买决策过程</b> ，预习下一节课	布置课后任务	学生听讲，记录任务，课后利用平台提交成果	多媒体 + 智能课堂 APP
诊断改进	贯彻“学生中心”理念，针对课堂活动反馈的问题及时讲授，巩固教学成果。				