



# 种子市场营销学课程建设探讨

曹高燚 向春阳 杜锦 赵飞 刘建

(天津农学院农学与资源环境学院,天津 300384)

**摘要:**种子市场营销学是种子科学与工程专业的专业必修课。在新《种子法》及配套法律法规大力贯彻实施的大背景下及全球种子企业并购重组的浪潮下,如何通过种子科学与工程专业课程教育,提高学生对现代种业的认识,努力发现现代种业发展中存在的问题,探究解决这些问题的方法和思路,具有重要的意义。结合最近几年在种子市场营销学课程教育教学过程中的思路和方法,探讨课程教学的有效性,以期对种业专业人才培养提供借鉴。

**关键词:**种子市场营销学;专业教育;素质提升;现代种业;教育方法

种子市场营销学作为种子科学与工程专业的专业课程,对提高学生的专业素养及提升就业能力具有重要的意义。在当前种业市场纷杂多变的背景下,探讨如何提高教学能力,以期使学生通过本科课程学习能够增强对于专业知识的理解,提高整体素质。本研究结合在种子市场营销学课程教学过程中的思路和方法,谈一谈课程建设与改革的体会。

## 1 种子市场营销学课程介绍

种子市场营销学在种子科学与工程专业人才培养中占据重要的地位,种子市场营销是种子商品化和种子市场发展的结果<sup>[1]</sup>。国外发达国家种业发展历史长,种子商品化起步早,种子市场成熟,对种子市场营销学理论研究比较深入,现已形成完善的种子市场营销理论体系,并在实践中应用。而我国从1978年才开始推进真正意义上的种子商品化,对种子市场营销理论研究起步也较晚。从21世纪初开始,随着社会主义市场经济的不断完善,该领域理论研究和实践探索

**基金项目:**天津农学院高校教师教育改革创新引导发展项目(20170507);天津农学院教育教学改革研究项目(2016B14);种子科学与工程天津市教学团队项目

事前评估,评估审批事项的设置、取消、留存与下放。其次建立公众参与,充分发挥第三方专业调查评价机构的作用,运用科学专业的调查方法,引导公众积极参与社会公共事务管理,对各类、各级行政审批事项进行客观公正的评价,助其实现从公众到公民的角色转换,成为重要的监督力量。最后建立纠错机制,针对留存的审批事项,进行评估和跟踪,评估是否惠民便民,如评估效果不佳则进行修正或取消。

不断深入,到目前,我国种子市场营销学作为以种子整体市场营销活动及其规律性为研究对象的一门应用科学,已形成具有一定中国特色的一门营销学,对指导和管理种子企业营销活动起到重要作用。

## 2 种子市场营销学在实现专业核心实践能力中的功能定位

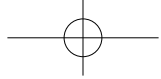
为了实现种子市场营销学在核心实践能力中的功能定位,需要掌握种子市场营销活动及其规律性,培养学生在种子市场营销领域的专业能力和应用能力,并结合后续专业综合实习和毕业设计环节的培养,获得一定的创新创业实践能力,最终使学生获得较强的专业综合能力<sup>[2]</sup>。

种子市场营销学主要研究种子市场营销的概念,种子商品化、种子市场的特征,种子市场营销学的形成与发展、营销观念的演变与发展、种子企业战略规划与市场营销管理过程,分析影响和制约种子企业营销活动的各种环境因素,分析各类购买者的行为,阐述种子市场调查和市场需求预测的内容、方法和程序,提出种子企业进行市场分析、市场细分和选择目标市场的理论和方法。研究种子企业市场营

## 参考文献

- [1] 李祖齐. 日本的行政审批制度改革及其启示. 党政干部论坛, 2002(12): 38-39
- [2] 匡奕至. 我国行政审批制度改革与完善研究. 南京: 南京大学, 2014: 31
- [3] 陈姝妤. 滁州市“网上政务超市”上线试运行. (2016-05-30) [2016-11-29]. <http://www.chuzhou.cn/2016/0530/259943.shtml>

(收稿日期: 2018-09-29)



销组合策略,是种子市场营销学的核心内容。市场营销活动中所包含的可控制变数很多,美国学者尤金·麦卡锡把这些变数概括为4个基本变数,即产品(Product)、价格(Price)、(销售)地点(Place)和促销(Promotion),简称为“4Ps”,这部分对4Ps策略及其组合进行研究。种子市场营销管理与营销拓展研究,包括种子市场管理、种子市场营销组织、计划与控制、种子网络营销、种子国际营销等内容。随着学科的发展,种子企业营销活动和营销观念的变化,种子市场营销学的研究内容将不断丰富。

### 3 种子市场营销学课程建设思路

种子市场营销学课程资源建设过程中对采用的传统PPT、网上精品课资源、多教学平台、视频资源、微课、虚拟实验、实践教学基地、题库及案例库建设、教材更新及参考资料等多个方面进行了探索,取得了较好的反响。在实现课程功能定位的路程中,可以采用不同的教学模式,包括传递接受式、探究式、问题式和案例教学式等模式方法;在作业安排时可以选择课程论文、调研报告、学生上讲台和参加多种形式的比赛等策略进行实施。

种子市场营销学课程建设是根据种子科学与工程专业课程设置和学生能力培养的特点,在课程理论学习的基础上着重培养学生在实际生产中的应用能力,在课程教学过程中,增加一些营销实训环节的情景设置,让学生在以后的就业中能够掌握更多的主动性<sup>[3]</sup>。

种子市场营销学课程是种子科学与工程专业的专业必修课,计划学时30,完成学时30,课程测试采用“写报告”的形式进行,总分100分(其中平时成绩占40%),具体内容如下。

(1)动员所有同学分别调查家乡当地种子销售门市的种子销售类型、销售方式、销售渠道,种子销售过程中存在的问题,自己有什么看法,如何解决(10分)。(2)谈谈对种子网络营销的理解,设计一种商品种子的网络营销方案(10分)。(3)分组调查天津市种子市场,进行市场细分,选择目标市场。可选择PPT或者讲授的方式,每6人为1小组,选1人为代表,进行讲述,限定5min(20分)。(4)种子服务营销实训——种子产品服务技巧。要求:每位学生认真查询相关信息,选择一个品种进行种子售前、售中、售后服务的文字内容涉及,并在课前熟记内容。

学生分组进行模拟沟通、演讲(20分)。(5)设计一家种子实体销售门店,画出示意图(10分)。(6)调查我国及国际上部分种子企业的发展历史、现状及种子经营概况等情况(10分)。(7)分别按照种子营销业务员、销售经理、大区经理、零售商的角色来设计相关场景,进行种子营销模拟,并评价模拟效果(20分)。(8)平时成绩占40%,基础考勤及课堂上融入课堂教学的积极性。

### 4 进一步提升种子市场营销学课程教学质量的思考

**4.1 拓宽接触一线企业的机会** 种子市场营销学是一门应用性较强的课程,为提升学生的综合素质,教学团队结合理论教学、实践教学及企业参观实习的综合教学方法,使学生了解种业发展的前沿知识,认识行业发展中的问题,针对这些问题充分调动学生的求知欲望,使其寻求策略解决这些困扰种业发展的限制因素,充分提高学生的综合素质。

**4.2 积极应用新型教育教学方法及手段** 国外教学理念是注重小班授课,崇尚面对面教学,把教与学充分地结合起来,使教学过程充分地变为双项甚至是多项的过程。我国的教育也提倡因材施教,针对不同学生的特点辅以有针对性的教学手段,促进学生个性化教育的发展,这种教学理念是值得推崇的,然而当前的教育大多还是单项的,教师的教在教学活动中占据了过多的份量,没有太多关注学生的个性化需求,同时学校专业学科教学的设置对学生知识的学习也有限制,部分教材知识比较陈旧,与现代种业发展有一定的背离。

为解决这些问题,在汲取国内外先进教学理念和方法的基础上,要针对本校的发展进行定位,使学生能够真正地学习到能应用到生产实际中的各方面知识,借助于当前发达的互联网,使教与学充分结合起来,教学相长。关于专业发展的前沿知识,使学生的专业所学能够用到以后的个人发展中去。

#### 参考文献

- [1] 孙守钧,魏秀芬. 种子市场营销学. 北京:高等教育出版社,2016
- [2] 曹高燚,杜锦,赵飞,向春阳,吴锡冬. 加强实践教学体系建设,培养种业高素质人才. 中国种业,2016(12): 27-29
- [3] 曹高燚,杜锦,向春阳,魏秀芬,王松文,吴锡冬. 种子市场营销学教学改革与实践. 中国种业,2015(10): 16-18

(收稿日期:2018-10-09)