

现代推销课程标准

理论学时数：18
实验学时数：36
课程总学时数：54
课程学分：3
考核方式：考查
适用的专业范围及层次： 全日制专科经济管理类专业
编制人：林书晨

说 明

一、教学目的

《现代推销》这门课程旨在培养学生掌握系统的推销理论与实践技能，提升学生在商业领域的综合素养。通过教学，学生能够深入理解推销原理，包括客户需求分析、产品价值挖掘等，学会精准定位目标客户，运用有效的沟通技巧与谈判策略，促成交易。同时，课程还注重培养学生的应变能力与问题解决能力，使其在面对复杂多变的市场环境时，能灵活调整推销方案。最终，让学生具备从销售准备到售后维护的全流程能力，为未来从事销售及相关商务工作奠定坚实基础 。

本课程要求学生掌握以下几个方面的内容：

- 1. 推销理论基础：介绍推销内涵、作用及发展趋势，阐述推销活动遵循的基本原理与原则。
- 2. 客户分析技巧：教授分析客户需求、购买动机和行为特征的方法，实现精准营销。
- 3. 产品知识讲解：指导学生全面了解产品特性、优势及价值，清晰传达给客户。
- 4. 沟通谈判策略：传授有效沟通技巧，包括语言表达、倾听反馈，以及谈判战术与技巧。
- 5. 销售流程实操：涵盖寻找客户、接近客户、产品推介、处理异议直至成交，强化实践能力。

二、各章节学时分配

根据教学计划规定的学时数，理论课 18 学时（不包括考试学时），实验 36 学时，具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

章数	内 容	理论课时	实验课时	小计
第一章	推销概述	2	4	6
第二章	推销要素与推销模式	2	4	6
第三章	推销准备	2	4	6
第四章	识别和寻找顾客	2	4	6
第五章	约见和接近顾客	2	4	6
第六章	推销洽谈	2	4	6
第七章	顾客异议的化解	2	4	6
第八章	促成成交	2	4	6
第九章	推销服务与管理	2	4	6
合计		18	36	54

四、教学建议

原则上教师应该遵照教学大纲的要求，以及大纲所确定的基本内容完成教学任务，但对教学内容的顺序安排，教学时数的分配等方面，可根据实际情况灵活处理。

五、教学内容与学习要求

第一章 推销概述

教学目的和要求：

- 1.学习和把握现代推销的内涵、实质，现代推销方式的概念、类型与特点；
- 2.学习和把握推销准则、推销流程、推销方法。

教学内容：

1. 现代推销的内涵
2. 现代推销的实质
3. 推销准则
4. 现代推销的流程
5. 推销方式

第二章 推销要素与推销模式

教学目的和要求：

- 1.学习和把握推销人员的基本素质、应具备的技术和能力
- 2.推销方格理论

教学内容：

1. 推销人员
2. 推销品
3. 顾客
4. 推销要素的协调
5. 推销模式

第三章 推销准备

教学目的和要求：

- 1.学习和把握推销准备的相关概念
- 2.学习和把握推销基本的礼仪规范与要求
- 3.推销信息的采集与处理方法
- 4.推销计划的制定原则

教学内容：

1. 塑造自我形象
2. 推销信息的内容
3. 推销信息的处理和采集
4. 推销计划的制定

第四章 识别和寻找顾客

教学目的和要求：

使学生掌握识别潜在顾客的方法与标准，熟悉寻找潜在顾客的各种途径和技巧；能够运用所学方法对市场进行分析，精准识别潜在顾客，并制定有效的寻找顾客计划；培养学生敏锐的市场洞察力和主动挖掘客户的意识。

教学内容：

1. 准顾客概述
2. 识别顾客
3. 寻找顾客的方法

第五章 约见和接近顾客

教学目的和要求：

学生能够理解约见和接近顾客在推销流程中的关键作用，掌握多种约见顾客的方式及技巧，学会根据不同顾客类型和场景选择恰当的接近方法，提升与顾客建立初步联系并有效沟通的能力，为后续推销洽谈奠定基础。

教学内容：

1. 约见顾客
2. 接近顾客

第六章 推销洽谈

教学目的和要求

知识层面：学生能够深入理解推销洽谈的概念、特点、原则和流程，掌握推销洽谈的策略与技巧，熟悉洽谈过程中可能涉及的产品介绍、价格协商、异议处理等关键环节的理论知识。

技能层面：通过学习与实践，学生能够运用所学的洽谈策略与技巧，根据不同的产品和客户需求，制定有效的推销洽谈方案，并在模拟和实际场景中，清晰、准确地介绍产品，灵活应对价格协商和客户异议，成功推动洽谈进程，达成销售意向。

素质层面：培养学生的沟通能力、应变能力、谈判能力和团队协作能力，使其具备良好的销售职业素养，能够在复杂多变的销售环境中，以专业、自信的态度开展推销洽谈工作。

教学内容：

1. 推销洽谈概述
2. 推销洽谈的程序分析
3. 推销洽谈的方法
4. 推销洽谈的技巧
5. 推销洽谈的策略

第七章 顾客异议的化解

教学目的和要求

知识目标：学生能够全面了解顾客异议的概念、类型、产生原因，深度理解异议化解在销售流程中的关键地位。

技能目标：熟练掌握各种顾客异议化解的策略与技巧，能根据具体异议场景，迅速、准确地判断异议类型并制定有效应对方案，提升沟通能力与问题解决能力。

素质目标：培养学生的耐心、同理心和应变能力，使其具备良好的销售心态，面对顾客异议时保持冷静、积极，树立以客户为中心的服务理念。

教学内容：

1. 顾客异议产生的原因与类型
2. 化解顾客异议的原则与步骤
3. 化解顾客异议的策略
4. 化解顾客异议的方法
5. 化解顾客异议方法的应用

第八章 促成成交

教学目的和要求

知识层面：让学生系统掌握促成成交的概念、意义、时机判断以及各类成交方法的原理和适用场景。清晰了解成交信号的类型，包括语言信号、行为信号和表情信号等。

技能层面：通过理论学习与实践演练，使学生能够敏锐捕捉成交信号，熟练运用多种促成成交的方法，如假定成交法、优惠成交法、小点成交法等，根据不同客户和销售情境，灵活制定成交策略，有效推动交易达成，提升销售实战能力。

素质层面：培养学生的自信心、决断力和沟通能力，使其在面对成交关键时刻时，能够保持冷静、积极主动，克服心理障碍，以专业的素养和良好的心态促成交易，树立正确的销售职业观。

教学内容：

1. 成交信号的识别
2. 促成成交的策略
3. 促成成交的方法与技巧
4. 推销合同的定理与履行

第九章 推销服务与管理

教学目的和要求

知识掌握：学生能深入理解推销服务的概念、内涵、重要性，熟悉售前、售中、售后服务的具体内容与流程，掌握推销服务管理的方法与策略，包括服务质量管理、客户关系管理等知识。

技能提升：通过学习与实践，学生能够熟练设计并执行售前的产品咨询、售中的交易协助、售后的问题解决等服务环节；运用服务管理工具，分析和改进服务质量，有效管理客户关系，提升客户满意度和忠诚度。

素质培养：培养学生的服务意识、团队协作能力、沟通能力和问题解决能力，使其具备良好的职业道德和敬业精神，树立以客户为中心的服务理念。

教学内容：

1. 推销服务
2. 推销管理