



山西职业技术学院

SHANXI POLYTECHNIC COLLEGE

# 连锁经营管理专业 人才培养方案

二〇一八年五月



# 目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、教育类型及学历层次.....	1
三、招生对象.....	1
四、就业面向.....	1
五、培养目标及规格.....	1
六、课程体系.....	3
七、教学进程安排.....	8
八、毕业条件.....	13
九、保障条件.....	14
十、组织与实施.....	24
附件 1 连锁经营管理专业人才需求调研报告 .....	26
附件 2 连锁经营管理专业核心课程标准 .....	32
《连锁经营管理》课程标准 .....	32
《连锁企业采购管理实务》课程标准 .....	38
《消费者行为实务》课程标准 .....	45
《电子商务概论》课程标准 .....	52
《市场调查与预测》课程标准 .....	57
《店铺售货艺术》课程标准 .....	66



## 一、专业名称及代码

专业名称：连锁经营管理

专业代码：630604

## 二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：全日制专科

学制：三年

## 三、招生对象

高中毕业生及同等学力者

## 四、就业面向

就业领域	面向零售，餐饮等现代服务业的门店、配送中心以及总部等领域
岗位群	门店管理、门店服务岗位群
	配送管理岗位群
	职能部门管理岗位群
主要岗位	1. 营业员                      2. 业务员 3. 理货员                    4. 导购员 5. 配送员                    6. 客户服务员
拓展岗位	1. 门店店长                  2. 配送主管 3. 配送经理                  4. 采购专员 5. 业务主管                  6. 总部经理 .....

## 五、培养目标及规格

### （一）培养目标

本专业培养掌握连锁经营管理基础知识、具备销售管理、营销策划、店面开发、人力资源管理等相关技能，能胜任零售，餐饮等现代服务业领域连锁经营管理工作，能够践行社会主义核心价值观，具有良好职业素养、创新创业意识和可持续发展能力的高素质技术技能人才。

### （二）培养规格

#### 1. 素质要求

（1）热爱祖国、遵纪守法，树立科学的世界观、人生观和价值观，具有良好的思

想品德、社会公德和坚定的政治素养，能够践行社会主义核心价值观；

(2) 具有良好的文化修养和审美能力；具有专业必需的文化基础，知识面较宽，自学能力较强；具有一定的公共关系能力，能用得体语言、文字和行为表达自己的意愿；积极参加社会实践活动；

(3) 具有健康的体魄，能适应工作岗位对身体的要求；具有健康的心理和乐观的人生态度，朝气蓬勃，积极向上，奋发进取，状态良好；具有较强的适应能力、承受能力和人际交往能力；具有承受失败、打击、挫折的心理素质；

(4) 具有学习新知识、新技术、新本领的求知精神；具有质量、成本、效益、市场的企业意识；具有安全生产、保护环境、节能降耗的社会意识。

## 2. 知识要求

- (1) 掌握必备的体育与健康健身基础知识和相关心理健康知识；
- (2) 掌握必备的计算机应用、英语、数学的基本知识；
- (3) 掌握公共安全、自身安全防范的基本知识；
- (4) 掌握经济学、管理学、市场营销学、连锁经营管理等基础知识；
- (5) 掌握物流配送管理、超市经营管理、商品学、财务会计等相关岗位知识；
- (6) 掌握市场经济、经济法等相关知识；

## 3. 能力要求

- (1) 具有运用辩证唯物主义的基本观点及方法认识、分析和解决问题的能力；
- (2) 具有一定的应用文写作、英语听说读写及数学运用能力；
- (3) 具有计算机应用的能力及信息的获取、分析与处理能力；
- (4) 具有现代营销理念及基本策划能力；
- (5) 具有人力资源配置能力；
- (6) 具有连锁超市营销能力；
- (7) 具有分析消费心理的能力；
- (8) 具有熟悉商品采购以及管理的流程的能力；
- (9) 具有门店开发与管理能力；
- (10) 具有熟练的连锁门店运营管理各岗位的操作技能；
- (11) 具有一定的经营决策、营销、统计、会计的综合分析能力。

## 4. 职业资格要求

本专业学生可以获得的职业资格证书见表 5-1。

表 5-1 核心职业岗位的职业资格证书

序号	职业资格（证书）名称	发证单位	等级
1	全国职业店长	中国商业职业资格认证中心	
2	助理连锁经营管理师	中华人民共和国人力资源和社会保障部	初级
3	特许经营管理师	中国商业联合会商业职业技能鉴定指导中心	
4	助理营销师（三级）	中华人民共和国人力资源和社会保障部	初级
5	助理物流师	中华人民共和国人力资源和社会保障部	初级
6	助理人力资源师	中华人民共和国人力资源和社会保障部	初级

## 六、课程体系

### （一）学习领域分析

按照“岗位分析→典型工作任务分析→行动领域归纳→学习领域转化”的思路，从职业岗位任务中提炼出典型工作任务，通过职业能力分析，按照行动范围一致性原则进行能力组合和典型工作任务的归纳整合，形成职业行动领域。依照行动领域的教育价值、相关性和均匀性分配原则，梳理并转换形成 12 个专业学习领域。

典型工作任务转化学习领域过程见表 6-1。

表 6-1 典型工作任务转化学习领域过程

工作岗位	典型工作任务	行动领域	工作过程描述	学习领域
连锁门店运营管理 销售员 理货员 门店经理 门店店长	门店财务核算、收 银、理货、配送、 营销	商品销售作业能力 销售方案策划能力 理货配送等物流操 作技能	市场渠道开拓与销售 工作与客户保持良好 沟通，实时把握客户 需求维护和开拓新的 销售渠道和新客户	电子商务 连锁企业客户服务 店铺售货艺术
		门店营运管理能力 良好的沟通、领导、 协调能力亲和力具 有应急事务的处理 能力	店铺的正常营运过程 客户服务	连锁企业门店营运与管理 特许经营原理与实务
连锁总部运营管理： 门店规划专员 采购专员 人事工作者 客户服务人员	总部管理 营运 采购 信息收集管理 物流配送 门店的开发及经营 管理 人力资源管理	具备新门店开发选 址、商品采购管理	招聘、组织人事、门 店的采购、配送过程 计划整理。采购代理 机构按照政府采购执 行计划，结合采购人 员的急需程度和采购 物品的规模，编制月 度询价采购计划	连锁企业人力资源管理 采购管理实务 连锁企业店铺开发与规划 供应链管理 ERP

		财务管理、市场分析、门店运营督导能力	单店营业现金结算流程 单店物料成本结算流程 单店费用结算流程	广告学 连锁企业仓储配送管理 商务谈判与礼仪
--	--	--------------------	--------------------------------------	------------------------------

## (二) 课程体系构建

### 1. 构建原则

在专业建设委员会指导下，通过与美特好连锁超市等企业合作，在学习领域分析基础上，考虑人才培养目标和规格要求、学生实际情况，按照教育教学规律、人才成长规律，构建包括公共学习领域课、专业学习领域课、专业拓展学习领域课、公共选修课的专业课程体系。

### 2. 课程设置

根据岗位能力要求及实际工作流程对专业知识的需求，将学习领域分析产生的专业学习领域课程分为 11 门基本能力课程、12 门岗位能力课程、9 门综合能力课程，依据人才培养目标及培养规格对高素质技术技能人才的综合职业能力要求，开设公共学习领域课程 12 门、拓展领域课程 4 门，形成本专业全部课程，如表 6-2 所示。

表 6-2 课程设置

公共学习领域	专业学习领域			拓展学习领域
公共基础课程(12 门)	基本能力课程(11 门)	岗位能力课程(12 门)	综合能力课程(9 门)	拓展能力课程(4 门)
国防教育与军事训练、入学教育	管理学基础	★连锁企业采购管理实务	电子商务基础技能实训	微观经济学
思想道德修养与法律基础	市场营销原理与实务	★电子商务	汽车营销实训	沟通艺术
形势与政策	经济学基础	连锁企业人力资源与管理	商业沙盘模拟	商道
心理健康	品类管理	连锁企业仓储配送管理	大学生创业实训(SYB)	孙子兵法
安全教育	★连锁经营管理	供应链管理 ERP	综合实训	
大学语文	★消费者行为实务	商务礼仪与沟通	顶岗实习	
应用数学	★市场调查与预测	渠道开发与管理	毕业设计答辩	
基础英语	经济法	连锁企业客户服务	毕业教育	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	会计基础	广告实务	企业实训	
计算机应用基础	特许经营	★店铺售货艺术		



职业生涯规划与创业就业指导	企业文化	连锁企业门店运营管理		
体育与健康		连锁企业店铺开发与规划		

备注：标注“★”的课程为专业核心课程

### 3. 课程体系

按照人才培养目标和职业拓展的要求，以基本能力课程、岗位能力课程、综合能力课程为主体，以公共学习领域课程为基础，增加拓展学习领域课程及公共选修课程，遵循教育教学规律及岗位专业知识之间的内在关系，对所有课程排序，最终形成基于工作导向系统化的课程体系，如下图所示。



图 6-1 连锁经营管理专业人才培养能力结构及课程体系

## 4. 专业核心课程简介

课程名称	连锁经营管理	开设学期	第二学期		
课程代码	1500007	参考学时	68	学分	3

通过教学应使学生按教学大纲规定的要求，初步掌握连锁经营管理的起源、特征和类型以及经营战略、总部管理、门店开发、商品采购、连锁物流、管理信息系统、门店管理、连锁促销和顾客服务等方面的基本概念和主要知识点。明确连锁经营管理的主要内容及相应的操作流程，为今后进一步学习其它专业知识和技能打好基础。

课程名称	连锁企业采购管理实务	开设学期	第三学期		
课程代码	1500045	参考学时	68	学分	3

通过学习采购及采购管理的基本概念和内容、采购基本流程、采购对象的细分方法和规格说明方法、采购申请步骤与方法、供应价格分析方法及降低采购成本的方法、供应商的评估与选择方法、招标采购流程，招标采购方法、MRP 采购方法、库存控制方法、JIT 采购内容与方法等内容，具备能够根据采购对象的价值和采购伴随的机会与风险对采购对象作细分的能力；能对细分后的采购对象选取相应的采购策略；能对采购流程进行合理管理；能进行简单的采购业务操作；能够根据企业的采购需求选择相应的采购方式，并能运用降低采购成本的方法与供应商进行谈判。

课程名称	消费者行为实务	开设学期	第三学期		
课程代码	1500029	参考学时	68	学分	3

通过本课程的学习，要求学生熟记和理解感觉、知觉、态度、个性、自我概念等基本概念及其基本理论，了解消费者决策的基本模式与过程，把握国内外消费者行为学理论发展的前沿动态，并能结合中国消费者的消费心理与行为现状，提出基本的营销对策，不断增强学生观察问题、思考问题和解决实际问题的能力。

课程名称	电子商务	开设学期	第三学期		
课程代码	1500004	参考学时	68	学分	3

通过学习电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营；能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

课程名称	市场调查与预测	开设学期	第三学期		
课程代码	1500021	参考学时	68	学分	3

通过学习市场调查的目标、方法以及设计调查问卷，制定市场调查方案、组织实施市场调查，整理调查资料并撰写调查报告等理论知识，要求学生了解掌握市场调查与预测的基本理论和方法，能够运用这些方法实际组织安排各种课题的调查，并将调查搜集来的资料进行整理、汇总、分析，提出解决问题的办法，撰写符合要求的调研报告。并具有良好的职业规范，具有团队协作能力、创新能力、分析问题解决问题能力等。

课程名称	店铺售货艺术	开设学期	第四学期		
课程代码	1500053	参考学时	48	学分	3

通过课堂、市场和企业三个窗口的学习和实践，使学生了解掌握商场服务操作技术、商场收银技术、商品销售

计算技术、商品核算与盘点技术、商品陈列技术、商场服务礼仪艺术、商场服务接待艺术、商场服务语言艺术、顾客异议的处理与冲突的预防和排除等相关内容。

## 七、教学进程安排

表 7-1 教学活动按周分配表

学期	入学教育 及军训	课堂教学	集中实训	教学周 合计	机动	考试周	学期小计	假期	总计
1	2	14	0	16	1	1	18	6	24
2		17	1	18	1	1	20	6	26
3		17	1	18	1	1	20	6	26
4		16	2	18	1	1	20	6	26
5		0	20	20	0	0	20	6	26
6		0	20	20	0	0	20		20
总计	2	64	44	110	4	4	118	30	148

表 7-2 教学进程安排表

课程结构	序号	课程名称	学时			考核方式	学时分配						学分	
			总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年			
							第一学期 16周	第二学期 18周	第三学期 18周	第四学期 18周	第五学期 18周	第六学期 20周		
公共学习领域课程	1	国防教育与军事训练、入学教育	48		48	综合评价	2w							2
	2	思想道德修养与法律基础	54	40	14	过程考核+测试	2	2						2+2
	3	形势与政策	64	64		综合评价	√	√	√	√				1
	4	心理健康	14	14		综合评价	1							1
	5	安全教育	24	24		综合评价	√	√	√	√	√	√		2
	6	高职语文	60	60		过程考核+测试	2	2						1+2
	7	高职英语	84	84		过程考核+测试	4	2						2+1
	8	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	56	16	过程考核+测试			2	2				2+2
	9	计算机应用基础	56	12	44	过程考核+测试	4							3
	10	职业生涯规划与创业就业指导	42	28	14	过程考核+测试	√	√	√	2	√			2
	11	体育与健康	84	12	72	过程考核+测试	2	2	2					1+1+1
小计			686	466	220		18	8	4	2	2		31	
基本能力课程	1	★管理学基础	56	28	28	笔试	4							3
	2	★经济学基础	68	34	34	笔试	4							3
	3	★商品学	68	34	34	笔试	4							3
	4	★市场营销概论	68	34	34	笔试		4						4
	5	★连锁经营管理	68	34	34	笔试		4						3
	6	★电商概论	68	34	34	笔试		4						3
	7	企业文化	68	34	34	笔试		4						3
	8	电商基础技能	68	34	34	笔试		4						3
小计			656	328	328		8	20	12	0	0		31	
岗位能力课	1	市场调查与预测	68	34	34	笔试			4					3
	2	★消费者行为实务	68	34	34	笔试			4					3
	3	渠道管理	68	34	34	笔试			4					3
	4	★连锁企业采购管理实务	68	34	34	笔试			4					3
	5	连锁企业仓储配送管理	68	34	34	笔试			4					3
	6	★品类管理	68	34	34	笔试			4					3

程	7	★连锁企业客户服务	68	34	34	笔试				4			3
	8	★连锁企业门店运营管理	68	34	34	笔试				4			3
	9	★店铺售货艺术	68	34	34	笔试				4			3
	10	广告实务	68	34	34	笔试				4			3
	11	商务礼仪与沟通	56	28	28	笔试				4			3
	12	电子商务运营实操	68	34	34	笔试			2w				3
	13	情景营销实训	68	34	34	综合评价			2w				3
小计			<b>680</b>	<b>340</b>	<b>340</b>				<b>12</b>	<b>24</b>			<b>30</b>
综合能力课程	1	企业实训	540		540	综合评价					17w		17
	2	毕业实习	540		540	综合评价					17w		17
	3	毕业设计答辩	30		30	综合评价					1w		1
	4	毕业教育	30		30	综合评价					1w		1
小计			<b>1140</b>	<b>0</b>	<b>1140</b>								<b>36</b>
拓展学习领域课程	1	微观经济学				综合评价							1
	2	沟通艺术				综合评价							1
	3	商道				综合评价							1
	4	孙子兵法				综合评价							1
小计													<b>4</b>
公选课	1	公共选修课 1											1
	2	公共选修课 2											1
小计													<b>2</b>
合计			<b>2818</b>	<b>1139</b>	<b>1671</b>		<b>26</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	<b>2</b>		<b>130</b>
<b>说明：</b> 1. 国防教育与军事训练、校内外集中实训周学时按 26 学时计算，顶岗实习周学时按 30 学时计算； 2. 标示“√”课程不占用正常教学时间，以讲座形式开展； 3. 拓展学习领域课程（专业选修课）及公选课的学时不计入总学时，学分不计入总学分；													

表 7-3 公共选修课设置情况一览表

选修课类别	课程名称	所属系部	限选人数	总学时
现场面授选修课	开启职场大门	思政部	60	20
	K A B 创业指导	思政部、招就办	30	20
	快乐成长团体辅导	思政部、心理健康中心	20	20
	职业形象设计	旅游系	60	20
	成功学	思政部	60	20
	现代交际礼仪	旅游系	60	20
	篮球	社体部	30	20
	长拳	社体部	30	20
	太极拳	社体部	30	20
	太极剑	社体部	30	20
	健美操	社体部	30	20
	美术欣赏之动漫赏析	装饰系	60	20
	中国民族音乐及古筝艺术	基础部	60	30
	音乐基础	基础部	60	30
	中国文学选读	基础部	60	30
	英语演讲	基础部	60	30
	弟子规	基础部	60	30
	演讲与口才	基础部	60	30
	朗诵技巧	基础部	60	30
	应用文写作	基础部	60	30
	晋商文化	旅游系	60	20
	美学欣赏	基础部	60	30
	中国传统文化	基础部	60	30
	中外电影音乐欣赏	基础部	60	30
	英语口语	基础部	60	30
	英美文化与英语学习	基础部	60	30
	社交礼仪	基础部	60	30
	摄影	装饰系	60	30
	数学建模与文化	基础部	60	30
	解读三字经	基础部	60	30
CAD/CAM	机械系	60	20	
ISO9000 国际质量管理体系认证	会计系	60	20	
投资与理财	会计系	60	20	
课外素质拓展之网络选修课	大学生职业生涯规划	教务处	人数不限	42
	军事理论	教务处	人数不限	22
	中国近代人物研究	教务处	人数不限	35
	当代中国社会问题透析	教务处	人数不限	50
	礼仪与社交	教务处	人数不限	66
<b>备注:</b>				
1. 根据校区不同情况, 我院每学期均开设有二十门左右的公共选修课供学生自主选择学习, 要求每生在校期间至少选修两门。				
2. 面授选修课的考核主要以随堂测试的方式进行; 网络选修课的考核以网上考核的方式进行。				

表 7-4 学期教学任务书

学期	课程代码	课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数 (理论+实践)	
第一学期	2100001	国防教育与军事训练、入学教育	C	2	2W	0+48	
	1200026	形势与政策	A		√	16+0	
	2100003	安全教育	A		√	4+0	
	1200030	职业生涯规划与创业就业指导	A		√	4+0	
	1200009	思想道德修养与法律基础	A	14	2	20+7	
	1200012	心理健康	A	14	1	14+0	
	1110046	高职语文	A	14	2	28+0	
	1110049	高职英语★	A	14	4	56+0	
	0911001	计算机应用基础	B	14	4	12+44	
	1400007	体育与健康	B	14	2	4+24	
	1500018	管理学概论★	B	14	4	28+28	
	1500009	经济学基础★	B	17	4	34+34	
	1500010	商品学概论★	B	17	4	34+34	
	小计	<b>实践学时数</b>		183		27	<b>423</b>
		<b>实践学时所占比例</b>		<b>43.26%</b>			
第二学期	1200027	形势与政策	A		√	16+0	
	2100004	安全教育	A		√	4+0	
	1200032	职业生涯规划与创业就业指导	A		√	4+0	
	1200010	思想道德修养与法律基础	A	17	2	20+7	
	1500089	演讲与口才	A	17	2	34+0	
	1110050	高职英语	A	17	2	34+0	
	1400008	体育与健康	B	17	2	4+24	
	1500017	市场营销概论★	B	17	4	34+34	
	1500007	连锁经营管理★	B	17	4	34+34	
	1500004	电子商务★	B	17	4	34+34	
	1500052	企业文化	B	17	4	34+34	
	1500066	电商基础技能实训★	B	17	4	34+34	
		创业基础	B	16	2	32	
	小计	<b>实践学时数</b>		193		30	<b>507</b>
	<b>实践学时所占比例</b>		<b>40.63%</b>				
第三学期	1200028	形势与政策	A		√	16+0	
	2100005	安全教育	A		√	4+0	
	1200033	职业生涯规划与创业就业指导	A		√	4+0	
	1200018	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	17	2	34+0	
	1400009	体育与健康	B	17	2	4+24	
	1500021	市场调查与预测★	B	17	4	34+34	
		消费者行为实务	B	17	4	34+34	
	1500068	渠道开发与管理	B	17	4	34+34	



	1500094	品类管理★	B	17	4	34+34
	1500074	连锁企业采购管理实务	B	17	4	34+34
	1500062	连锁企业仓储配送管理	B	17	4	34+34
		情境营销实训★				
	<b>小计</b>	<b>实践学时数</b>	254		28	<b>520</b>
		<b>实践学时所占比例</b>	<b>48.85%</b>			
第四学期	1200029	形势与政策	A		√	16+0
	2100006	安全教育	A		√	4+0
	1200031	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	17	2	32+0
	1200034	职业生涯规划与创业就业指导	A	17	2	5+0
	1500057	客户服务★	B	17	4	34+34
	1500056	连锁企业门店营运管理★	B	17	4	34+34
	1500024	广告策划	B	17	4	34+34
	1500053	店铺售货艺术★	B	17	4	34+34
		商务礼仪	B	17	4	34+34
	1500086	连锁综合实训★	C	2	2w	52
		<b>小计</b>	<b>实践学时数</b>	244		24
		<b>实践学时所占比例</b>	<b>49.49%</b>			
第五学期	2100007	安全教育	A		√	<b>4+0</b>
	1200035	职业生涯规划与创业就业指导	A		√	<b>12+12</b>
	--	企业实训	C	17	17	<b>0+510</b>
		<b>小计</b>	<b>实践学时数</b>	<b>522</b>		<b>0</b>
		<b>实践学时所占比例</b>	<b>67.92%</b>			
第六学期	2100008	安全教育	A			4+0
	2100002	顶岗实习	C	18	18W	0+540
	--	毕业设计答辩	C	1	1W	0+30
	--	毕业教育	C	1	1W	0+30
		<b>小计</b>		<b>600</b>		<b>0</b>
			<b>99.33%</b>			
合计		<b>实践学时数</b>	1671		<b>总学时</b>	2818
		<b>实践学时所占比例</b>	<b>59.30%</b>			
<b>说明:</b>						
1. 课程类型: A类(理论课) B类(理论+实践课) C类(实践课)						
2. 同一课程在不周学期开设应使用不同的代码。						

## 八、毕业条件

### (一) 学分要求

必修课 130 学分，公共选修课 2 学分，拓展学习领域课程（专业选修课）1 学分，总学分不得少于 133 学分。

## （二）职业资格证书要求

至少取得 1 项初级或中级职业资格证书。本专业学生可以考取的职业资格证书见“培养规格”中的“职业资格要求”部分。

表 8-1 职业资格证及取证

资格证名称	取证要求
全国职业店长	任选 1 个，初级或以上
助理连锁经营管理师	
特许经营管理师	
助理营销师（三级）	任选 1 个，初级或以上
助理物流师	
助理人力资源师	
高职高专英语应用能力 A\B 级证书、普通话等级证书	鼓励考取 1 个及以上

## 九、保障条件

### （一）师资配备条件

本方案实施需要建立由专业带头人、骨干教师、“双师素质”教师、企业技术专家或技术能手共同组成的教学团队，生师比建议不高于 16:1；具有研究生学位教师占专任教师的比例达 35%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 30%以上；专业基础课和专业课中双师素质教师比例达 70%以上；兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比达 40%以上。

#### 1. 专业带头人

校企各配置 1 名专业带头人。校内专业带头人应具有副高及以上技术职称，从事连锁经营管理与教学工作 10 年以上；对本专业的前沿动态、行业发展、岗位需求等有较深入的了解，能够准确把握连锁经营管理专业建设与教学改革方向，具有对本专业发展的规划能力；主持省级以上科研和教研项目；与连锁行业企业联系紧密，在行业和企业中具有一定的知名度。专业带头人必须是“双师素质”教师。校外专业带头人应为本专业领域资深专家，在行业企业中具有较大的影响力。

#### 2. 骨干教师

专业教学团队应配置骨干教师 4 名以上。骨干教师应具有中级及以上职称，从事连锁经营管理相关工作或从事相关教学工作 5 年以上，具有连锁经营管理的理论与实践经验；承担 2 门以上专业课，具有课程开发及教学设计的能力，能够合理利用各种

教学条件，采用不同教学方法和手段组织教学；能够开发校本教材、实训指导书，制作多媒体教学课件，建设精品网络资源共享课；到校企合作企业挂职锻炼，熟悉毕业生所从事工作岗位的要求。骨干教师必须是“双师素质”教师。

### 3. “双师素质”教师

“双师素质”教师应具有高等学校助理讲师（或以上）教师技术职务，年度考核合格，又具备下列条件之一：近五年有两年（可累计）以上企业工作经历；近五年有三年（可累计）以上企业兼职工作经历；近五年主持（或主要参与）2项应用技术研究，成果已被企业使用，效益良好；近五年主持（或主要参与）两项校内实践教学设施建设或提升技术水平的设计或研究工作，使用效果好，在省内同类院校中居先进水平；具有中级（或以上）经济专业技术职称或国家注册执业资格证书、职业资格证书者。其他情况可由学院教学指导委员会认定。

### 4. 兼职教师

企业兼职教师应具有熟练的连锁企业岗位技术能力和一定的教学水平，从事岗位工作3年以上；具有中级以上专业技术职务或高级工以上职业资格或在本行业享有较高声誉、具有丰富实践经验和特殊技能的“能工巧匠”；企业兼职教师上课或担任学生实践指导任务前，需经过教育教学培训；企业兼职教师承担专业实践课及顶岗实习学时数达50%以上，形成稳定的企业兼职骨干教师队伍。

### 5. 本专业教师实际配备情况

本专业配备有校企专业带头人、骨干教师、企业兼职教师等，专业教学团队人员结构见表9-1。

表9-1 专业教学团队人员结构

专任教师			兼职教师	
专业带头人	骨干教师	双师素质教师	企业兼职带头人	企业兼职教师
1	3	10	0	15

#### (1) 校内专任教师

连锁经营管理专业校内专任教师10人，其中副高及以上职称3人，讲师4人，助教3人；专业带头人1人，骨干教师4人；双师素质教师8人，中国连锁经营管理协会会员2名。

#### (2) 企业兼职教师

连锁经营管理专业企业兼职教师15人。其中，高级职称5人，中级职称10人。

#### (3) 师资结构

配备专业带头人和教学管理人员；专任教师中，高级职称、中级职称、初级职称

比例 3:4:3；专任教师中研究生学历或硕士学位比例达 100%。

## （二）实践教学条件

### 1. 校内实践教学条件

校内实验实训条件为本专业所开设的理实一体化教学、岗位专项技能实训、工种考核等教学提供了保证。学生专业技能的培养是我系教学的重点，在“行动导向”的教学模式下，我系积极建设校内理实一体教室和实训场所。

2011 年，在中央财政 240 万资金支持下，物流管理系在原有的实训场所基础上建成了占地 800 多平米、同时容纳 180 人的集教学、生产、实训、培训为一体的多功能现代物流实训基地 1 个、商业沙盘对抗实训室 1 个、实时供应链 ERP 实验室 1 个和连锁超市实训室 1 个。

另外，我系还购买了平衡重式电动叉车、前移式叉车等大型仓储移动设备供学生训练使用。专业实训条件在省内一流。

这些一流的实训场所不仅促进了学生实践技能的提升，更促进了学生毕业后的高质量就业。

表 9-2：校内实训条件

序号	设备名称	需求或性能描述	单位	数量
1	企业生产物流实训系统	<p>包含：精益柔线工作台、线棒式重力交叉货架、无动力万向辊输送链、倍速链生产线、工位信息采集播放器、生产工位 RFID 信息采集器、ANDON 看板、信息化仓库等设备。产品在生产过程中的追踪定位、加工需求、残次品的问题追溯、在线下补货订单、原材料补货。整套系统具备：</p> <p>1、 柔性重组功能；</p> <p>能够完成生产工艺设计、根据生产工艺对生产线进行改造。</p> <p>优点：（1）极大地减少了中间产品库存，减少资金和场地的占用；（2）消除工位间的无谓搬运，减少对搬运工具的依赖；（3）当产品发生品质问题时，可以及时将信息反馈到前部，避免造成大量中间产品的报废；如此等等。极大地提高了本实验系统的教学价值。</p> <p>2、 ANDON 管理功能；</p> <p>管理人员之间在生产过程中以图文、声景并茂的形式实现信息互动，实现快速申请呼吁、生产指令信息传递、装配或加工工艺技术信息实时显示、领料配货提示、生产故障报警等 ANDON</p>	套	1

		<p>功能，以充分体现一种管理形式可视化、管理方式人性化、信息传递实时化、工序过程透明化、过程控制闭环化的现代生产管理思维方式、理念和管理技术。</p> <p>3、 RFID 对生产线上生产产品的定位跟踪功能： 借助工位、输送线等关键部位上安装的 RFID 读卡装置，可对经过此部位的原材料、半成品、产成品进行逻辑定位与追踪可以达到：原材料入库库位控制、定制式生产过程中的半成品跟踪、生产质量管理。</p> <p>4、 原材料领料与基于生产线平衡的工位物料需求计划联动功能。 工位上点击工位播放器上的“领料配货”提示键，生产信息管理系统就可命令处于同一局域网内的原料库的相应库位电子标签、工位显示器点亮，为其“适时适量”地提供指定生产物料，使库管发料人员能根据电子标签的显示准确、快速取料发送到指定工位。</p>		
2	仓储与配送物流实训系统	<p>包含：自动立体仓库与输送分拣设备（出入库链式输送机、动力辊筒输送机、弧形辊筒输送机、输送线控制系统、激光条码阅读器、智能传感器、RF 手持终端、RFID 系统、电子标签分拣系统等设备及系统，整套系统具备功能：</p> <p>① 仓储作业自动化功能：凭借着计算机及其软件技术、网络通信技术、自动化技术、光电和 RF 传感技术等现代科学技术以及全自动堆垛机、多关节机械手、电动输送机机电一体化设备，可实现仓储出入库、库位控制、配送分拣、运输等全套物流作业的自动化</p> <p>② 物流作业信息化实时管理功能：在物流设备、货物实行全数字化编码的条件下，借助于 RF 手持信息采集智能终端、RFID 读写装置、条码扫描器、GPS/GIS 等信息化管理工具，实现对仓储、运输等主要物流过程各典型作业环节（如：储物进仓验收、储物码盘信息绑定、物料搬运导航、上下架库位控制、盘点、出库货物复检等等）的实时管理，充分体现出信息化管理的效率和精度。</p>	套	1
3	未来超市模拟	包含：RFID 系统、电子标价签、RF 手持终端、智能购物车、	套	1

	及商品陈列实训系统	<p>零售商销售管理软件、购物指南系统、超市货架、POS 设备及系统。整套系统具备：</p> <p>① 供应链系统内产品价格管理规范、透明：通过电子价签的应用，可使得商品的销售价格信息在供应链相关节点企业之间、商家与顾客之间变得规范、且透明，提高了彼此利益的依存度、合作的信任度和信息能见度，为实现供应链节点企业之间机会共享，风险共担，互利共赢的目标奠定了坚实的基础。</p> <p>② 购物过程自动化：借助于由 RFID、智能购物车等“未来”购物设备，可切身体验购物导航、付费自动所带来的高效、人性化的购物经历。</p> <p>③ 窃贼防范：门禁 RFID 实现监管与报警</p> <p>④ POS 数据实时传送：下游的零售商通过 EDI 把 POS 数据及时准确地传向供应链的相关节点，使上游的商品生产商、物流配送中心的相关企业节点能及时动态监控和掌握商品的市场销售信息和库存信息。从而一方面可缩短交货时间，另一方面又可使生产商避免盲目生产而造成浪费，极大地提高了供应链系统生产和物流的效率。</p>		
4	实时供应链管理软件	<p>系统包括的功能如下：1、构筑了一个以生产厂家或供应商等上游企业为核心的、集第三方物流配送中心、零售商于一体的供应链系统；2、借助 EDI 平台，在供应链各相关节点企业之间传送及时准确的 POS 数据、库存信息、价格变化信息等，以充分体现现代供应链管理的信息化、实时化、透明化特征；3、生产厂商或供应商应用 ASN 技术，在发货时利用电子通信网络提前向第三方物流中心或零售商发送货物明细清单，以便其能事先做好货物的进货入库准备工作，同时又避免了货物数据重复输入，使商品检验作业效率化；4、生产厂商或供应商利用 EDI 平台，可随时获得第三方物流配送中心或零售商的库存信息和 POS 销售时点信息，动态监控其库存状况，以实现 VMI，并进而按预先规定的库存补充程序确定发货补充数量和发送时间，以满足 JIT 配送要求。</p>	套	1
5	叉车设备	包含电瓶叉车 2 辆和内燃叉车 2 辆。额定起重量 2 吨。可	辆	4

		以满足学生叉车考证的操作训练。		
6	物流挂图	满足实例教学的需求	套	1
7	教学用移动扩音器	普通移动教学扩音器（导游用扩音器），满足实训室大场地教学要求。	部	10

表 9-3：校内实训条件

序号	设备名称	需求或性能描述	单位	数量
1	实施供应链 ERP 教学软件	国内知名软件品牌，有良好的售后服务系统。能够满足物流专业的供应链管理整体流程的模拟与体验。软件必须带有单人模拟时间任务。	套	1
2	企业商务电子沙盘	国内知名软件品牌，有良好的售后服务系统。能够满足企业经营管理的模拟对抗教学需求，沙盘系统要有良好的操作性，能够与国内主流沙盘对抗竞赛相对接，要配备物理沙盘。	套	1
3	电脑	满足安装 ERP、商务沙盘的运足需求，内存 1G，硬盘空间大于 100G，CPU 处理速度要达到 2.5GHz 以上。	台	70
4	交换机	满足 ERP 实训室网络应用的要求	台	1
5	稳压设备	满足 ERP 实训室电源使用要求	台	1

## 2. 校外实习基地及要求

实训和顶岗实习是高职教育不可缺少的一个重要教学环节，也直接关系到人才培养目标能否实现的关键性环节。为了能够培养符合行业、企业要求的物流管理专业高素质技能型专门人才，现建有 5 个校外实习基地。

表 9-4：校外实习基地情况

序号	名称	主要功能
1	7-11 连锁有限公司（北京分公司）	顶岗实习、技能实训、识岗实习、教师实践
2	山西美特好连锁超市有限责任公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习、教师实践
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习、教师实践
4	山西天美新天地购物中心有限公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习
5	山西盛唐物流配送有限责任公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习、教师实践

## （三）教学资源保障

### 1. 教材资源

优先选用体现工学结合特色的“十二五、十三五”国家职业教育规划教材、高职高专规划教材，以校本教材为主，选用优秀的项目教材、实训教材、理实一体教材等，有自编校本教材，选用近五年出版的教材比例应达到 40%以上。

### 2. 网络资源

- (1) 有覆盖本专业领域的网络文献资源库；
- (2) 本校建有数字化校园信息平台，有精品资源共享课程，有专业核心课程基本资源、拓展资源上网可供学习。

### 3. 本专业基本情况

本专业建有省级精品资源共享课 1 门，院级精品资源共享课 4 门，已在爱课程网、学院精品资源共享课平台、学院信息化教学平台共享。可使用的专业教学资源库 1 个。正式出版和使用的核心课程教材 4 部，校本讲义 3 部。

#### (四) 教学运行与教学质量保障

##### 1. 教学运行与实施方案设计

为实施全面的教学运行和质量保障，根据高职教育规律和我院实际情况，在教学管理上实行学院和系部两级管理，针对影响教学质量的环节和因素，采取切实可行的措施对教学全过程进行质量控制。

###### (1) 院系两级管理体制

以“院长—主管副院长—教务处”为院级管理和以“系主任—主管副主任—专业室主任—教学秘书”为系部管理的两级教学管理体系，分别承担教学管理工作。院级管理工作的重点是突出目标管理、重在决策监督，系级管理工作重点突出过程管理和组织落实。

###### (2) 实施方案设计

①组织制定人才培养方案和课程标准。人才培养方案是人才培养目标、规格以及培养过程和方式的总体设计，是学院保证教学质量的重要文件，是组织教学过程，安排教学任务的基本依据。课程标准是落实培养目标和人才培养方案最基本的教学文件，应准确的贯彻人才培养方案所体现的教育思想和培养目标。课程标准内容包括本课程的性质、学时、课程目标、课程内容、教学实施、考核评价等，由各专业组织编制。

②课堂教学的组织管理。系（部）聘任有相应学识水平、有责任心、有教学经验的专任或兼职教师任课。组织任课教师认真研究课程标准，组织编写或选用与标准相适应的教材和教学参考资料；要求教师认真履行教师岗位职责，按教学规律讲好每一节课；组织教师开展教学方法的讨论和研究，合理使用现代化教学手段，充分利用教学资源，保证课堂教学质量。

③理实一体及实践性教学的组织管理。根据职业教育的特点，合理开发理实一体的课程及综合实践性教学课程，并促进项目的实施。理实一体化课程及实践性教学内容要严格按人才培养方案和课程标准的要求进行教学，充分发挥校内外实训基地的教



学资源，任课教师要设计好每一节或每个项目的教学做环节，训练学生的专业基本技能和综合职业能力。

④对学生考核的管理。凡是培养方案规定开设的课程都要对学生进行考核。根据课程特点和性质采用多样化的考核方式和方法，考核重点放在学生的综合素质和能力的评价方面。

## 2. 教学质量保障

经过多年实践，学院已经形成和建立了行之有效的教学管理制度和教学质量监控体系，对规范正常教学秩序、严格教学管理，保证教学质量起到了积极的保障作用。

### (1) 教学管理

①日常教学管理。为保证人才培养方案的有效实施，按照教务处统一的教学运行文件，教务处及系（部），对学院教学运行进行日常检查、抽查、和学期检查。一般采用听课、检查任课教师的教学文件、召开学生座谈会、对学生进行问卷调查等形式，对出现的问题及时纠正改进，以确保方案的正常运行。

②建立教学工作例会制度。根据学院教学工作需要，由教务处协助主管教学副院长定期和不定期召开教学工作会议，全体系（部）主任及相关部门人员参加。通过教学工作例会，传达并学习最新职教发展动态和教学改革理念，布置学院教学发展改革任务，了解系（部）日常教学及专业、课程建设工作进展情况，研究和处理人才培养方案执行中出现的各种问题等。

③系（部）教学管理。系（部）定期召开专业主任会议和任课教师会议，及时掌握教学过程情况，总结教学工作和教学管理工作经验，及时研究解决教学过程中出现的问题。各专业要在每学期初制定出工作计划，组织集体备课、观摩教学、开展教学研究，了解教师教学进展情况，按学院要求进行教学检查。

### (2) 教学质量监控体系

#### ①教学督导委员会组织机构

建立院系两级教学督导委员会，分级管理，分工负责，协同监控。

院级教学督导委员会由学院党委书记任主任，分管教学工作和学生工作的两位副院长任副主任，同时聘请具有丰富教学经验的在职或离退休教师、具有丰富管理经验的的教学管理人员组成山西职业技术学院教学督导委员会。院级教学督导委员会由督导中心牵头，以教学目标和主要教学环节的宏观监控为主，在院领导的直接领导下，负责全校教学质量监控工作的总体协调，确保教学质量的稳步提高。主要工作职责：一是对专业设置的论证、专业人才培养方案及相关教学文件的审核；二是通过深入课堂、

实验室、实习基地，客观掌握教学运行的全过程，提出督导建议，为学院有关教学决策提供参考依据。

系级教学督导委员会由系主任负责，成立由校企合作工作委员会和专家、优秀毕业生代表组成的人才培养质量监控小组。系级教学督导委员会的主要职责：以教学过程自我监控为主，在主要负责人的领导下，负责对本单位的整体教学工作、教师的教学情况、学生的学习情况进行监控。负责组织各专业的听课、试卷命题、阅卷、试卷质量分析、毕业论文质量分析等工作，并通过学院、系部、专业教研室组织的各类检查评估（教案、作业布置与批改、教学进度计划、学生评教、教师评学、教研活动的开展等），严把各个教学环节的质量。

## ②日常教学督导

听课制度：院级领导每月听课次数不少于 1 次；值班中层干部每周听课不少于 1 次；系（部）主任、副主任及系（部）书记每月听课不少于 2 次。学院和系（部）各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

学生教学信息员制度：以专业班级为单位，确定思想品德优良，有参与教学管理的积极性，善于联系老师和同学，能客观反映广大学生的意见学生代表和学生干部，举行学期座谈会，填写任课教师评分表，给学生以畅通的渠道反映本系、本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题并对教学提出意见和建议，使系部的管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

教学检查与管理制度：从学期初到学期末，院、系两级安排不少于 2 次的集中教学检查，采取听（听课、召开座谈会听取师生的反映）、看（查看教学条件和管理软件）、查（抽查教案、学生作业、实验报告、实习报告、课程设计、毕业设计等）、评（对教学条件、状态、效果进行评价）。教学情况的检查工作贯穿始终，发现问题及时反馈并解决落实。

## （五）制度保障

为保证人才培养方案的执行，在教学运行中严格执行学院制定的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进程，严格教学事故的认定与处理，严格执行教学评价制度，严格执行课堂教学和实践教学过程的检查制度，严格教学文件的规范管理，保证人才培养方案的顺利实施、教学秩序的稳定和教学质量的提高。

### 1. 教师管理制度

#### （1）山西职业技术学院专业带头人评选管理办法

- (2) 山西职业技术学院骨干教师选聘管理办法
- (3) 山西职业技术学院兼职教师管理办法
- (4) 山西职业技术学院“双师”素质教师队伍建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院校企人员互聘管理办法
- (6) 山西职业技术学院教师到企业实践锻炼管理办法
- (7) 教师系列津贴量化考核办法
- (8) 山西职业技术学院教师任课管理办法

## 2. 教学管理制度

- (1) 山西职业技术学院关于课堂教学的若干规定
- (2) 山西职业技术学院教师编写教案若干规定
- (3) 山西职业技术学院课程表编排规程及运行管理办法
- (4) 山西职业技术学院教师课外辅导、批改作业若干规定
- (5) 山西职业技术学院日常教学检查值班制度
- (6) 山西职业技术学院关于停、调课的有关规定
- (7) 山西职业技术学院教学事故认定和处理办法
- (8) 山西职业技术学院关于学期教学检查的规定
- (9) 山西职业技术学院听课制度
- (10) 山西职业技术学院学生评教管理办法
- (11) 山西职业技术学院学生教学信息员管理制度
- (12) 山西职业技术学院校本教材建设管理办法
- (13) 山西职业技术学院课程建设项目管理办法
- (14) 山西职业技术学院考试工作管理办法
- (15) 山西职业技术学院考试违规处理办法
- (16) 山西职业技术学院毕业考核管理规定

## 3. 实习实训制度

- (1) 山西职业技术学院实习管理办法
- (2) 山西职业技术学院顶岗实习管理办法
- (3) 山西职业技术学院校内实训基地建设管理办法
- (4) 山西职业技术学院校外实训基地建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院实训（实验）室安全制度
- (6) 山西职业技术学院仪器设备管理办法

## 十、组织与实施

### （一）专业人才培养模式

本方案实施中，可将三年分为五个阶段分别组织教学。打破传统两学时教学时段授课模式，根据实际情况进行弹性教学时段安排，充分利用寒暑假、晚自习灵活调整教学计划，不断探索和深化分段式教学组织模式改革。具体实施办法如下：

第一阶段：第一学年对学生进行基本职业素质培养和专业基础能力培养。利用校内实训室以课岗融合的方式，采用项目驱动教学法，主要实施公共基础课和基本能力课的教学，进行技能实训，为下学期的学习奠定基础。

第二阶段：第二学年对学生进行专业核心能力培养。利用校内实训室以课岗融合的方式进行岗位能力课程的教学，通过学习与实践，掌握专业核心技能，具备岗位核心能力。

第三阶段：第三学年针对就业岗位对学生进行综合实践能力培养。综合项目实训是对基本能力课、岗位能力课、综合能力课进行综合运用，学生在综合项目的完成过程中，培养学生职业综合素质能力和利用所学知识解决实际问题的能力。学生要能顺利完成综合实训任务，还需要补充知识，所以在该学期安排有针对性的专业拓展课程，该类课程由学生自主学习为主，老师辅导点拨为辅的形式进行，有效提高学生的自学能力。第六学期安排学生校外顶岗，同时根据岗位要求、结合岗位特点完成毕业设计任务。这一阶段是综合能力提升与职业素质养成的重要阶段，以学生预就业签约协议单位为主，学生以准员工的身份到企业顶岗实习，按校企合作制定的顶岗计划、实践项目，由企业兼职教师和学校专任教师共同指导学生的顶岗实习，共同评价考核学生顶岗实习效果。通过岗位群的轮换顶岗，使学生能够按照企业工作的要求独立完成操作，学生根据就业意向与企业要求，在对应的岗位进行顶岗，达到“一岗精”的目的，实现“零距离”就业。

以上三个阶段，职业素养教育贯穿全程，采用项目导向、课岗融合的教学组织形式，内容由浅入深，实训项目由简到难，教学过程与生产过程对接，课程内容与职业标准对接，学生的专业技能也随着各阶段的进行逐步提高，能力从“习岗”、“顶岗”到“预就业”逐渐递进，最后达到企业用人标准。

### （二）建议与说明

#### 1. 教学方法、手段与教学组织形式建议

对于公共基础课，建议采用启发式授课方式，一讲授为主，配合简单实验，多采用案例法、推理法等，深入浅出地讲解理论知识，可制作图表和动画，易于学生理解。

对于基本技能课和岗位能力课，建议采用课堂加实训的教学方法，在讲清理论的基础上以实践技能培养为目标，保证训练强度达到训练标准，实践能力达到技术标准。可采用讲解、实际演练、分组辅导，需要提供较为详尽的训练指导。

对于理实一体化课和综合能力课，可采用项目教学法，按照项目实施流程展开教学。项目教学法尽量配合小组教学法，可将学生分组教学，并在分组中分担不同的职能，培养学生的团队合作能力。

## 2. 推行“多证书”制度

根据人才培养方案中对资格证书的要求，在原有“双证书”的基础上推行“多证书”制度，拓展职业资格考试范围，增加职业资格鉴定，保证毕业生“双证书”获取率达95%以上，以此推进教学结合，培养和提高学生的岗位工作能力。

## 3. 方案执行的基本要求

该方案适用于三年制高职连锁经营管理专业学生；在执行该方案时应制定实施性教学计划，可以根据市场人才需求适当调整课程；按要求配备专任教师和企业兼职教师，专任教师及兼职教师应达到方案规定的素质要求；在实施理实一体课程时，具备相应的教学实训条件；在教学实施过程中，如有问题及时向系部反映，确保问题及协调解决，保证人才培养方案的顺利实施。

## 4. 编制依据

- (1)《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》；
- (2)《关于确定国家示范性高等职业院校建设计划骨干高职院校立项建设单位的通知（教高【2010】8号）；
- (3)《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高【2006】16号）；
- (4)《高等职业学校连锁经营管理专业教学标准》；
- (5)《教育部高等学校高职高专连锁经营管理专业建设参考方案》；
- (6)《连锁经营管理专业人才需求调研报告》；
- (7)《山西职业技术学院关于制定和修订专业人才培养方案的指导性意见》。

## 附件 1 连锁经营管理专业人才需求调研报告

### 一、调研目的与对象

#### （一）调研目的

进入 21 世纪以来，我国零售连锁业进入了前所未有的高速发展期，连锁企业（集团）逐年增加，门店数量及销售量快速增长。同时，连锁业态分布广泛，几乎涵盖了所有的商贸流通业和服务业，连锁经营已经成为一种有效的商业模式，支撑着企业的规模化发展，更成为拉动国民经济、推动区域经济发展的重要力量。本次调研的目的就是为了准确地把握区域零售连锁业的发展趋势，以及专业人才的需求情况，如岗位设置情况、岗位需求情况、职业能力要求等。为连锁经营管理专业人才培养目标的定位、专业建设的推进、人才培养方案的制定、课程建设等提供可靠的依据。

#### （二）调研对象

本次调查主要通过对连锁零售业以实地参观、考察和与企业中层管理人员面谈的方式进行，辅之以问卷调研；重点调研的企业有沃尔玛（中国）投资有限公司、山西美特好连锁超市有限责任公司、7-11 连锁有限公司（北京分公司）等企业。其次为连锁经营管理专业的毕业生，进行典型性抽样调查。

通过这次的调研，目的是希望能够对今后连锁经营管理人才的培养方面能够更加适应企业需求，在实务操作教学的过程中具有一定的针对性。

### 二、调研方法与内容

#### （一）调研方法

##### 1. 问卷调查

以分层抽样调查方法，抽取太原市零售连锁企业及相关企业共 15 家，其中全国性大型零售连锁企业 6 家、区域性零售连锁企业 6 家、其他商贸流通企业 3 家。将选定企业的人力资源部门负责人、员工招聘负责人作为调查对象，对其进行“连锁企业岗位设置与需求”的问卷调查，了解该企业岗位构成和需求状况、能力素质要求等信息，解决人才培养中“企业需要什么人”的问题。

##### 2. 召开人才培养研讨会

聘任企业中高层管理人员成立连锁经营管理专业建设委员，通过召开人才培养研讨会、专业建设咨询会等形式，邀请行业专家就重庆市高职连锁经营管理专业人才培养目标定位、人才培养模式创新和专业建设、课程设置等问题进行咨询，

解决人才培养中“如何培养人才”的关键问题。

### 3. 教师下企业实地考察

作为高职院校培养“双师型”教师的重要举措，笔者利用假期和带学生实习实训等机会到相关企业进行顶岗实践锻炼，先后在培训部、人事部、卖场食品区、非食区等主要部门轮岗实习，对连锁企业人员需求状况进行了大量调研，为本文研究积累了丰富的第一手资料。

## （二）调研内容

本次调查采取两条腿走路的方法进行，主要涵括对连锁企业的调研和对往届毕业生的调查。其中对连锁企业的调研内容分以下4个方面：1. 企业对连锁经营管理类人才的需求情况；2. 企业对高职类连锁经营管理类人的态度、知识与能力的现实感受；3. 企业对高职类连锁经营管理类人的培养要求；4. 对连锁经营管理专业课程的看法。

## 三、调研分析

### （一）行业发展对本专业人才需求的趋势

1. 连锁经营规模不断扩大，近年来山西省的连锁经营步入快速成长期，连锁经营的品牌效应和规模优势得到进一步显现，连锁经营模式越来越受商家推崇和消费者欢迎，发展速度明显加快，市场份额不断扩大。截止2010年6月，全省批发零售和住宿餐饮业连锁企业有门店18943个，比上年末的17181家门店增加了1762家，增长14.5%。连锁总店全年实现商品销售总额（营业额）12508亿元，比上年增长24.3%。

2. 超市、便利、快餐作为主要业态形式，日益深入百姓生活。以超市作为主要的业态形式，并走专业发展的道路。目前在山西省连锁商业零售企业中，近80%为超市和专业店，另外还有一定数量的专卖店。连锁超市和连锁便利店以居民生活必需品为主要经营商品，以相对低廉的价格、可靠的质量和周到的服务吸引消费者，成为居民日常购物的主要场所受到消费者的普遍认同，并日益深入百姓生活。

3. 各种业态齐头并进，专业店、超级市场仍是连锁市场主体。2010年6月底，批零连锁企业所属门店最多的仍是专业店有15784个，占批零连锁经营门店总数的66.2%，其次是超级市场有门店11941个，占批零连锁经营门店总数的22.2%，这两类业态拥有的门店数已占全市批零连锁经营门店数的88.4%。百货商店、专卖店、家居建材店和其他业态门店各占批零连锁经营门店总数的

0.1%、10.5%、0.1%和0.9%。

4. 批零业内资连锁仍占绝对优势，但外资连锁发展迅猛。几年来，尽管美国的肯德基、麦当劳、沃尔玛，法国的家乐福等跨国连锁企业相继“登陆”山西各地，提高了山西省贸易连锁市场的国际化、现代化程度，但山西省连锁经营的批零企业中内资企业仍占主体。到2010年6月底，全省批零和住餐内资连锁经营总店52个，仍占全市连锁企业总店数的74%。外商及港澳台商投资企业连锁总店18个，占全省连锁企业总店数的26%。不难看出，批零和住餐业连锁经营内资企业占有绝对优势，但港、澳、台和外商投资连锁经营发展势头强劲。

### （二）企业对本专业人才的需求情况

1. 在本次调查中发现，企业选用市连锁经营管理专业人才时，不仅仅注重学历，更注重其实践操作技能和经验，以及对所在行业是否了解。出于与海外客户沟通联络的需要，众多外资连锁企业均要求这些人员须具备一定外语水平，能够使用外语与管理人员进行一定程度的沟通。

2. 能够熟练地使用计算机技术参与连锁企业的信息沟通在企业看来也很重要，现在上规模的连锁企业在总部和哥门店间普遍使用信息化管理，职工在与个别各部门间很大程度上通过信息化沟通，因此企业对高素质员工均有信息化操作的要求。

3. 较强的沟通与协调能力。企业对连锁经营管理人员的要求仅仅能销售产品是远远不够的，现在企业的要求包括了多方面，比如沟通、开拓、商务谈判、把握商机等能力，有的企业还希望你拥有广泛的客户资源。这就需要我们的连锁经营管理专业的人才应该注重管理经验的积累，注重沟通能力的培养，能快速建立人际关系网络并能顺利运用到实际工作中去，使得企业在市场的角逐中能够进行方案的策划与制作，并能对方案的实施进行控制与管理。

4. 良好的职业道德。在调查中，企业都谈到了毕业生的职业道德问题。在实际工作中，很多企业都遇到过毕业生离职带走并泄露企业机密的情况，使他们对这方面特别看重。

### （三）岗位需求分析

#### 1. 素质要求：

（1）具有良好的身体素质、职业道德，较强的语言文字表达能力、一定的社会交往能力和继续学习的能力。

（2）具有运用外语进行一定的人际交流能力，初步具有阅读和翻译本专业



有关外文资料的能力。

(3) 具有能够熟练使用 Windows 操作系统，使用 Office、Excel 软件进行信息处理的能力。

(4) 具有针对不同场合，恰当地使用语言与他人交流，能有效运用信息撰写比较规范的常用应用文。

(5) 具有现代营销理念及基本策划能力，人力资源配置能力，连锁超市营销能力，分析消费心理的能力，熟悉商品采购以及管理的流程；能熟练使用电脑系统应用与管理能力，具有解决客户投诉能力。

(6) 具有门店开发与管理能力，具有熟练的连锁门店运作管理各岗位的操作技能，具有一定的经营决策、营销、统计、会计的综合分析能力。

## 2. 能力要求：

职业素质知识：高等数学、英语、思想政治理论、一般应用文写作知识、社会人文科学、礼仪知识、计算机应用基础等。

职业基础知识：经济学知识、管理学知识、市场营销学知识、经济法知识、物流管理知识、商务谈判知识等。

职业岗位知识：连锁经营管理知识、超市经营管理知识、物流配送管理知识、商品学知识、财务会计知识等。

相关知识：具有市场经济、法律知识、心理健康知识、身体保健知识等基本知识。

## 四、结论与建议

在本次调查中，绝大部分连锁企业认为：连锁专业人才的培养实践比理论更重要，能力比知识更重要。在最需要培养的能力方面，门店管理能力、沟通交际能力、企业管理能力及营销策划能力显得最为重要。对目前的课程开设方面，凡与连锁经营管理能力方面的培养课程都被相关专家认为重要或认可。

### (一) 进一步明确培养方向

我院连锁经营管理专业目前主要面向商业连锁，兼顾行业连锁。连锁经营管理作为物流系专业来说，在行业连锁方面，物流系并没有相关专业优势：如医药类连锁需要专业医学知识，电器类连锁需要相关电器类知识。为发挥物流专业优势，我院连锁经营管理专业进一步明确定位于培养市场营销连锁类人才，着重于从营销思维和企业管理技能角度培养商业连锁的商业型人才

### (二) 加强学生职业道德教育

职业道德是所有从业人员在职业活动中应该遵循的基本行为准则,涵盖了从业人员与服务对象、职业与职工之间的关系。随着现代社会分工发展和专业化程度的增强,市场竞争日趋激烈,整个社会对从业人员职业观念、职业态度、职业技能、职业纪律和职业作风的要求越来越高,职业道德教育日益显示出其重要性。通过本次调研,我们了解到,企业在引进人才时,除了资格证(能力)、学历外,更加关注的是人的职业道德。从调研中,我们了解到,到目前为止,连锁企业所引进的人才不愿寻求硕士学历以上人才,最主要的还是因为连锁企业家认为学历高的人才爱跳槽,很难长期为本企业服务。我们认为,毕业生的职业道德水平不仅会影响其本人找工作的难易,更主要的是会影响一个地方的所有企业家对学校、乃至对一个地区的人才的看法,从而对学校乃至整个地区今后学生的就业带来深刻的影响,因此,我们建议在本校的教学与管理中,应强化学生的职业道德教育。职业道德教育可以培养学生树立正确的择业观念,吃苦耐劳的工作作风,严格的法律、法规观念,良好的爱岗敬业精神为主要内容。

### **(三) 加强学生专业实践工作能力训练**

从本次调研中我们一方面进一步了解到,随着山西连锁企业的增长,对连锁经营管理类人才的需求极大。目前在山西,只要踏实苦干、具备一定的实践工作能力,找一份专业对口的工作是比较容易的,因此,是否在学校期间有一定的实践工作的经验,是否在假期与节假日有企业实习、实训、兼职的经历对就业来讲非常重要。另一方面,我们还了解到,许多连锁企业的管理人员素质比较低,学历基本都在高职以下,但在激烈的竞争面前,连锁经营管理人才的素质低下极大的阻碍了连锁企业的发展,因此,预计在今后几年内,具有一定的连锁经营管理理论知识、能做会说擅长沟通协调的高职连锁经营管理人才的求职前景会比较好。

### **(四) 强化学生心理承受能力**

从调研中我们了解到,各连锁企业对应届毕业生连锁经营管理人才的普遍感觉是心理承受能力差,受不得委屈,尤其是在跟顾客交往的过程中无法以一个服务者的心态去对待,放不下架子。因此,在学校中应该适当的增加心理素质训练课程,加强对学生的忍耐、坚强、永不放弃等精神的培养。

### **(五) 由学校就业处统一协调,搭建毕业生就业平台**

作为人才需求调研人员,我们实际肩负两大任务:了解企业对高职商务人才的需求数量并尽量与企业合作,为毕业生搭建就业平台;了解企业对商务人才的

能力结构要求，为调整教学计划提供参考。

从调查中我们了解到，我院高职毕业生主要就业去向为中小型企业，而中小企业普遍存在两个特征：一是对某一类商务人才的需求量都比较少；二是其负责人（或人事负责人）对所需人才的能力结构都很难做出全面、准确的描述。

中小企业对某一类商务人才的需求量都比较少的特征使我们很难实现学校与单个企业的对接以实行订单式培养；而其负责人对所需人才能力结构的非全面、非准确的描述也很难作为我们调整教学计划的依据。

从调查中我们还了解到，各地人才市场一般都有其本地过去数年对各类人才的引进数据，他们也从频繁举行的人才交流会中获得了有关企业对商务类人才的学历、能力等方面的要求。并且只要由高校出面，各地人才中心都愿意免费及时提供相关数据资料，也非常愿意与各高校进行进一步的合作。

## 附件 2 专业核心课程标准

### 《连锁经营管理》课程标准

#### 一、课程基本信息

课程名称	连锁经营管理				
课程代码	1500007	学时	68	学分	3
授课时间	第二学期	适用专业	连锁经营管理、营销与策划、物流管理		
课程性质	基本能力课程				
先修课程	《经济学基础》、《物流概论》、《市场营销概论》				
后续课程	《连锁企业财务管理》、《连锁企业店铺开发与规划》、《连锁企业仓储配送管理》				

#### 二、课程定位

《连锁经营管理》课程是以我国连锁经营行业的发展为背景，以连锁企业营运管理过程为内容，以培养职业能力为核心，通过课堂、市场和企业三个窗口的学习和实践，使学生树立现代连锁经营的理念，掌握连锁企业经营管理的基本理论和主要技能，培养学生的创新能力和连锁门店的营运管理能力。

该课程是以连锁企业为主体，以企业经营与管理活动为脉络和主线，主要教学内容为连锁经营的基本特征、基本类型、连锁经营的主要业态、连锁经营的组织与主要管理系统、连锁经营质量保证体系等。通过学习，要求学生加强对连锁经营的起源和发展历史的追溯、连锁经营业态的了解、连锁经营企业组织架构的把握、连锁经营发展前沿的追踪及连锁经营在中国的发展实践的观察等，激发学习兴趣和求知欲

#### 三、课程设计思路

本课程设计理念及思路，是根据高职高专技能型应用性人才的培养目标与要求，为适应山西省经济发展对连锁经营管理人才的需求，以市场需求为导向，以就业为目标，结合本课程的性质、教学的基本任务，突出连锁经营管理重点内容的讲授和实训，强化学生的动手实践能力，为社会提供理论够用，技能娴熟的连锁经营和市场营销应用型专业人才。《连锁经营管理》的课程设计方案以工学结合为中心，突出三个特色：一是直接面向就业，通过与太原市地方连锁企业建立“工学交替”的合作办学模式，鼓励市场营销专业学生在完成相关课程的理论学

习后将在三年级实习阶段到连锁企业从事相关岗位的顶岗实习，一部分优秀毕业生可以被企业直接录用；二是教学内容和课程考核直接与社会实践挂钩，在教学过程中要求学生利用业余时间走访参观连锁企业，并将参观走访作为成绩考核的重要组成部分；三是鼓励主讲教师到企业挂职锻炼或参加课程培训，争取教学案例直接来自于连锁行业的一手材料。

通过任务驱动、项目导向、创设工作情境，体现教学内容灵活性和针对性，体现弹性结构，培养学生综合职业能力和全面素养。

本课程建议课时为 64 课时，块的课时数以课程内容的重要性的容量来确定。

#### 四、课程目标

通过本课程的学习与实践，使学生能够了解数据恢复原理、掌握利用工具及软件进行常见存储设备数据恢复的思路及方法，并能够利用所学知识和技能举一反三，在不同的情形下完成对故障的分析判断。并具有良好的职业规范，具有团队协作能力、创新能力、分析问题解决问题能力等。

##### （一）能力目标

##### 1. 岗位专业能力：

- （1）连锁企业市场定性、定量分析的能力；
- （2）连锁企业综合管理的能力；
- （3）连锁门店商品销售的能力；
- （4）连锁门店收银、理货的能力；
- （5）连锁门店商品采购、调拨的能力；
- （6）连锁门店物流与仓储、配送的能力；
- （7）连锁门店信息管理的能力；
- （8）连锁门店财务管理的能力。

##### 2. 行业通用能力：

- （1）与人交流的能力；
- （2）与人协作共事的能力；
- （3）分析问题、解决问题的能力；
- （4）创新的能力；
- （5）获取信息，自我学习的能力；
- （6）使用电脑等现代化手段处理信息的能力；
- （7）外语口头表达、文字表达的能力。

### 3. 核心能力:

- (1) 连锁门店店长（包括副店长、柜长、组长）的综合管理能力；
- (2) 连锁门店日常管理（包括进货、出货、送货、安全、防火、防盗、商品陈列）的能力；
- (3) 连锁门店商品销售（含店内坐销和店外行销）的能力；
- (4) 连锁门店商品采购（含连锁门店之间的调货、调拨）的能力；
- (5) 连锁门店物流管理及仓储配送的能力；
- (6) 连锁门店信息管理（含理财、收银、对账、盘点、报表分析）的能力；
- (7) 连锁门店扩张、选址的能力。

#### (二) 知识目标

1. 学会连锁经营管理的基本知识，包括连锁企业的类型、特征、不同类型连锁企业的管理模式、连锁企业的发展战略管理技术、连锁企业选址和扩张技术等；
2. 学会连锁门店管理的基础理论，包括如何当好店长、理货和商品盘点技术、连锁门店的布局 and 商品陈列技术、连锁门店的日常管理技术等；
3. 学会商品采购管理的基本理论知识和方法，包括招投标采购技术、商品采购的监督管理技术、供应商的选择、评价和管理技术等；
4. 学会连锁门店信息管理技术，包括条码技术、POS 机系统管理技术、连锁店经营管理系统中表单制作技术等；
5. 学会连锁企业人力资源管理技术，包括总部和门店两级人力资源管理原理的具体方法和技术，人员的招聘、录用、培训、绩效考核管理等
6. 学会物流与仓储配送管理技术，包括存货及仓库的管理、选货和送货技术、门店之间调货技术等；
7. 学会连锁门店的财务管理技术，包括日常报表、经济效益分析等；
8. 学会连锁企业产品营销策划的原理和基本方法。

#### (三) 素质目标

1. 有适应社会经济发展的创新精神、创业立业能力；
2. 有连锁门店运作管理的能力；
3. 有获取、处理、应用信息的能力，各部门间协调合作能力；
4. 有适应职业变化的终身学习的能力；
5. 的社会公德、职业道德、行为规范及科学文化素养。

## 五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
项目 1	连锁经营的起源与发展	能根据连锁经营技能特点和 方法，完善自我知能结构。	完成一次调研：参观一家连锁经营企业，明确专业学习目标和技能。	理实一体	6
项目 2	区分连锁经营与传统商业模式	能利用现代办公手段及网络平台培养连锁经营技能。	收集连锁经营案例并讨论分析。	理实一体	10
项目 3	连锁企业组织结构与人员配置	培养并逐步树立组织系统宏观管理眼光。	利用学校信息网络平台完成“连锁经营活动调研情况介绍”。	理实一体	8
项目 4	连锁企业的网点扩张与选址	熟悉连锁经营的日常管理工作。	建立个性化材料储备文件夹。	理实一体	8
项目 5	连锁卖场的布局和管理	能正确处理连锁经营中具体问题。	根据老师所给案例，分析案例中问题与改进方法。	理实一体	12
项目 6	连锁卖场商品陈列管理	能掌握网站推广技术、邮件列表营销技术 能展开网络营销活动实践	阅读与分析经营案例。	理实一体	12
项目 7	连锁企业采购、理货及收银作业管理	能分析国际电子商务法律案例 2.能分析我国电子商务案例	了解国际电子商务法规 了解我国连锁经营管 理法规	理实一体	12

## 六、课程实施建议

### （一）教学建议

#### 1. 教材选用：

郑彦、刘威、陈梦：《连锁经营管理与实践》，西安电子科技大学出版社，2012年第1版。ISBN：978-7-5606-2789-2。

#### 教材选择理由：

第一，从教材的时效性考虑，选择了2012年第一次出版的“十二五规划”教材，因此教材中所有教学内容和案例都是2010年以后的资料案例，确保了时效性；

第二，从教学内容上考虑，以往的连锁经营管理教材不是内容太多、牵扯太

远，一学期讲不完，就是内容划分太细、太少，不够讲。由于本课程的讲授对象既包括连锁经营的专业学生，又有金融、电商等相关专业的选修课需要，许多学生的学习目标是通过该课程就了解到连锁经营的全貌，因此我们尽量选择一本涵盖连锁经营基本内容，内容够讲的同时又不过繁的教材，大体上安排 10-12 个项目，内容上既包括零售业连锁经营又涉及餐饮、旅游、服务业、电子商务、物流等领域，以满足各种类型的连锁经营管理课程教学的需要；

第三，从实践教学角度，教材每个项目后面安排了实训项目，有利于实践教学环节，此外教材配套习题小测软件，可以用于课堂互动调动课堂气氛，亦可将习题模块作为教学的补充。

## 2. 学方法与手段：

借助多媒体与网络技术，建立一个以课程文本（教材）、电子文本（光盘）、网络课程和资源库为基本构架的立体化课程，并努力构建一个听觉与视觉联动，图文与音像交互，老师与学生共创的生态性学习环境。通过互联网搭建的“连锁经营管理教学平台”，延伸和扩展教与学空间。注重利用多媒体进行教学。学生可以通过本课程在校园网上的“连锁经营管理教学平台”，自主进行学习和训练，通过 E-mail 与教师建立学习联系，解决本课程学习中的问题。利用多媒体教学设备进行教学，可以提高授课的生动性，可以增大授课信息量，可以展示同学们的学习效果，可以增强感官刺激，加深印象，激发学习热情，便于学生以最便捷的方式达到学习的目的，为教学创造出一个良好的学习氛围和学习空间。

## 3. 学习指南、学习资料包、教学课件等的开发思路与建议：

完善和建设互动的网络教学平台以及多媒体教学工具，作为课堂教学更加有力的辅助手段。

加强实践教学环节内容的深度与宽度，让学生有更多自主先择的余地；增加科技创新活动空间，将学生个别人的活动变为大多数人的参与，达到普及。

## （二）考核建议

### 1. 考核方式、内容与所占比例：

考核采用平时作业、期末笔试及实训操作评语等方式进行。其中平时成绩占总成绩的 30%（平时成绩=课堂讨论×30%+作业×20%+项目实训×50%），期末闭卷考试成绩占总成绩的 70%。期末考试包括名词解释，选择题，回答问题和案例分析等。

### 2. 与“职业资格证”相结合：



努力实现教学与国家职业资格考证内容相结合。目前国内尚无专门的连锁经营管理职业资格证书，因此我们根据国家人事部、劳动部《关于颁发〈职业资格证书制〉的通知》的要求和行业从业人员的实际情况、不同行业对执业资格的特定要求等，建立职业资格考证与连锁经营和教学相结合的框架构想。例如，鼓励学生考取“营销师”、“职业经理人”证书从事连锁超市店长岗位工作，获得“房地产经纪协理”证书从事房地产销售连锁相关岗位的工作，获取“基金销售资格”、“保险代理人”资格从事金融连锁行业相关岗位的工作，还可以取得推销员资格证、助理电子商务师资格证、POS 收银员资格证等相关证书。

## 七、需要说明的其他问题

### 1. 实训项目及要求

建立本专业连锁经营管理实训室，并注重实训指导书和实训教材的开发和应用。使之具备现场教学、技能训练、职业技能证书考证的功能，满足学生综合职业能力培养的要求。努力创设“仿真+全真”的连锁经营情景。学校的各类社团活动、学生的各种创业公司、联系一些小型、个体企业，学生个人的求职经历等都可作为连锁经营情景和实训基地。同时充分利用企业、社区的资源，建立校外实习实训基地，实践“工学”交替，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

### 2. 开展实践教学

要从高职高专人才培养的高度，让连锁经营管理实践教学介入学校建设和各项工作中，与校园文化、学生活动紧密相连；同时，实践教学要加强与校外的企事业单位的联系，加强学生的职业技能和岗位技能的训练。通过各种社会实践，把学生撒出去，如利用课余时间到校内有关处、室、系、部实习，利用寒、暑假，深入到各种社会实践之中，通过在实际工作和生活中，学习连锁经营，增加感性经验，由虚入实，加深对本课程的认识和理解，达到训练连锁经营能力的目的。

## 《连锁企业采购管理实务》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	采购管理实务				
课程代码	1500045	学时	68	学分	3
授课时间	第三学期	适用专业	物流管理、连锁经营管理		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	物流概论、经济学、管理学	后续课程	供应链管理、第三方物流		

### 二、课程定位

《连锁企业采购管理实务》是物流管理与连锁经营管理专业必修的专业核心课程，是一门理论与实践紧密联系的课程，教学中要求理论必须与实践紧密结合。通过本门课程的学习，使学生对物流领域中的采购有一个比较全面的认识，并为进一步学习研究物流、进行物流采购实务操作打下一个良好的基础。同时，让学生掌握一般的采购方式（包括询价采购、招标采购、网上采购等）、采购谈判、采购合同管理等方面的知识，重点培养学生实施招标采购、网上采购的能力、采购市场调查和分析的能力、采购谈判的能力、对供应商选择与评价的能力。

### 三、课程设计思路

本课程的设计思路是以就业为导向，邀请行业专家对物流管理专业所涵盖的岗位群进行工作任务和职业能力分析，并以此为依据确定本课程的工作任务和课程内容。根据物流管理专业所涉及到的采购管理教学管理基础知识内容，分解成若干教学活动，在采购管理实训和校内实习和校外顶岗实习中加深对专业知识、技能的理解和应用，培养学生的综合职业能力和可持续发展能力。整个课程内容以够用为度。

#### 1. 面向全体学生，注重素质教育

物流采购课程要面向全体学生，注重素质教育。课程特别强调要关注每个学生的情感，激发他们学习的兴趣，帮助他们建立学习的成就感和自信心，使他们在 学习过程中提高人文素养，增强实践能力，培养创新精神。

#### 2. 行为动词应尽可能是可理解的、可评估的

对基础知识和基本技能的要求打破了传统教学大纲中“培养学生……的精神状态”、“掌握”、“了解”等笼统、模糊的术语，引入了更为具体规定性、可

测性和可比性的行为动词来描述学生对基础知识和基本技能的掌握程度，侧重采购知识的实际运用，使课程标准更为具体明确和可操作性。

### 3. 倡导目标驱动，强调体验实践

本课程倡导目标驱动型的教学模式，强调问题解决和创新实践。结合学生的专业实际，引导学生自主选择、自我设计物流模型并拟定和实施采购招标书，提供拓展内容，调动学生的主观能动性，挖掘学生潜力，在教师的指导和引导下，通过实践、参与和合作等方式，实现任务目标，感受成功。在学习过程中进行情感和策略调整，发挥学生的想象力和创造力，以形成积极的学习态度，促进物流管理综合应用操作能力的提高。

### 4. 注重过程评价，促进学生发展

建立能激励学生学习兴趣和自主学习能力发展的评价体系。该评价体系由形成性评价和结性评价构成。在物流管理教学过程中应以形成性评价为主，注重培养和激发学生学习的积极性和自信心。终结性评价应着重检测学生物流管理综合掌握能力。评价要有利于促进学生物流管理综合掌握能力和健康人格的发展；促进教师不断提高教育教学水平；促进物流管理课程的不断发展与完善。

## 四、课程目标

通过工学结合、校企合作的任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握采购管理的基本知识与采购作业与管理的基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实习相结合的教学方式，边讲边学、边学边做、做中学、学中做，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有仓储操作的管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型物流专门人才，以适应市场对物流人才的需求。

### （一）能力目标

1. 能够根据采购对象的价值和采购伴随的机会与风险对采购对象作细分；
2. 能对细分后的采购对象选取相应的采购策略；
3. 能对采购流程进行合理管理；
4. 能进行简单的采购业务操作；
5. 能够根据企业的采购需求选择相应的采购方式，并能运用降低采购成本的方法与供应商进行谈判；

6. 能对供应商作综合管理。

### (二) 知识目标

1. 理解采购的基本概念和内容；
2. 理解采购管理的基本概念和内容；
3. 理解采购基本流程；
4. 掌握采购对象的细分方法和规格说明方法；
5. 掌握企业常用的采购方式及各种方式通常适用的采购对象；
6. 熟悉常用的采购部门设立原则及方式，掌握采购部门及采购人员的职责；
7. 掌握采购申请步骤与方法；
8. 掌握供应价格分析方法及降低采购成本的方法；
9. 掌握供应商的评估与选择方法；
10. 理解招标采购流程，掌握招标采购方法；
11. 学会 MRP 采购方法；
12. 掌握库存控制方法；
13. 理解 JIT 采购内容与方法；
14. 理解供应链采购概念，掌握供应链采购的实施条件；
15. 掌握电子商务采购的步骤与方法；
16. 掌握采购谈判技巧，学会采购谈判的组织与管理。

### (三) 素质目标

1. 能够根据合格采购人员的要求找出自身的不足及规划努力方向；
2. 能正确理解并自觉遵守企业的采购与仓储管理方面的规章制度；
3. 掌握与同事友好相处的方式、方法；
4. 具有团队意识和素养；
5. 具有质量意识和成本意识。

## 五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
项目 1	采购基础知识	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够说出采购的概念</li> <li>2. 能够描述采购管理的职能和目标</li> <li>3. 能够设计简单的采购组织机构</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握采购的概念；采购的类型、一般采购过程；</li> <li>2. 掌握采购和采购管理的区别</li> <li>3. 采购管理的职能和目</li> </ol>	理实一体	8

			标 4. 采购组织机构与管理 制度		
项目 2	选择采购模式	1. 会根据企业的具体情况, 选择合适的采购模式 2. 能为企业设计简单的采购方案	1. 掌握集中采购、分散采购的概念及二者的区别与选择依据 2. 了解 JIT 采购、电子采购和第三方采购的基本概念 3. 掌握招投标的相关概念	理实一体	10
项目 3	采购市场分析与采购计划	1. 会运用合适的预测方法进行采购需求预测 2. 能进行供应市场分析 3. 能通过采购对象细分制定采购策略 4. 会确定采购量	1. 要求掌握采购申请的方法和物料需求计划、物资消耗定额和采购需求预测的分析方法 2. 掌握 EOQ 等几种采购量的确定方法	理实一体	10
项目 4	供应商的选择与管理	1. 能够准确详填写供应商的详细资料 2. 学会使用网络搜索查阅资料, 能在有效时间内查到有效资料 3. 能够描述供应商选择的方法	1. 了解供应商管理的含义, 目的和基本环节 掌握供应商的使用、激励与控制商开发的步骤 2. 了解供应商考核的指标体系 3. 掌握供应商选择方法, 能够对供应商的使用、激励和控制有较深的理解	理实一体	6
项目 5	采购合同与价格管理	1. 能够签订采购合同和处理采购合同纠纷 2. 能够签发采购订单 3. 会确定采购价格	1. 了解采购合同的特征、形式、内容和签订程序 2. 掌握采购订单的格式和操作流程 3. 了解采购价格的表现形式及影响因素。	理实一体	8
项目 6	供应链采购管理	1. 能够理解和说出供应链采购的流程 2. 能够顺利填写各种单据并能在各个角色中交易	1. 掌握供应链的概念及其基本思想, 理解供应链的操作 2. 掌握供应链采购管理的原理, 理解供应链采购的操作	理实一体	8
项目 7	采购风险与绩效管理	1. 能够在采购实践中规避采购风险 2. 能够运用 ABC 分类控制法进行采购风险控制 3. 能够对企业采购质量管理问题提出解决建议	1. 了解采购成本的内容及其定义 2. 掌握采购风险的定义及其类型 3. 掌握 ABC 分类控制法的应用 4. 掌握采购质量管理的定义、内容和方法	理实一体	10
项目 8	库存控制	1. 会运用库存基础知识分析库存控制的实际问题和现象 2. 能运用 MRP 法订货控制库存 3. 能运用定期订货法控制库存 4. 能定量订货法控制库存	1. 了解库存的概念、作用和分类 2. 掌握 MRP 的原理 3. 了解定期订货、定量订货法的原理和控制参数	理实一体	8

## 六、课程实施建议

### （一）教学建议

#### 1. 教学方法

（1）以工作任务为目标学生以小组的形式在工作任务单的引导下完成专业知识学习和技能训练，小组形式的学习可以培养学生的团队协作能力、交流沟通能力。强调学习过程的最终目的是完成对知识的意义构建（而非完成教学目标），在这样的学习环境中，课件设计通常不是从分析教学目标开始，而是从如何创设有利于学生对知识的意义构建的情境开始，不论是学生的独立探索、协作学习还是教师辅导，都要紧紧围绕意义构建这个中心而展开。每项工作任务完成后，最后由各小组提交一份各自成果报告。

（2）案例引导学习步骤每一个项目都有一个案例做支撑，尽量采用同一家企业作为案例的基础，起到项目教学与案例教学一贯连续性的教学模式，是学生在感性上对采购有新的认识。在教学过程中，要创设工作情境，强化实际操作训练；要紧紧密结合职业技能证书的考核，在操作训练中，使学生掌握仓储管理与作业的相关知识。

在教学过程中，要尽可能采用多媒体教学、仿真平台、实训软件、实物教学、仓储企业现场教学模式。

（3）多种学习活动方法针对不同的学习情境，选用不同特点的教学方法，教师从知识传授者的角色转为学习过程的组织者、咨询者和指导者，最终将学习的动力传达到学生身上，使教学过程向学生自觉的学习过程转化。建议采用教学方法如下：问题引导法、讨论法、头脑风暴法、探究法、演示模仿法、比较法、分组学习法、小组竞赛法、自查法、组间互查法、抽查法、自主学习法、反复训练法、评点法。

#### 2. 通过实际项目任务的完成替代原有章节教学的模式

本课程以项目引领、任务驱动组织开展教学，通过典型岗位实际工作任务设计教学项目、任务。实现学习过程既是工作过程，完成相应学习任务即完成实际工作任务，通过不同任务来传授相关知识点。

本课程采用以项目为主的模块结构，将理论与实践的内容进行整合。在教学中采用理论与实践一体化的教学模式，在课程实施中积极探索实训导向性、问题导向性和项目导向性的教学。采用理论与实践一体化的教学模式，并不是完全抛

弃传统的教学，而是发挥传统教学的长处，将其融入理论实践一体化教学模式这中，注重教学的有效性。教学中要充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用，从学生的实际和企业岗位的需求出发，遵照学生的学习特点和认识规律，突出培养学生解决实际问题的能力和应变能力，强化情感态度价值观的教育，注意操作的规范性和安全性

### 3. 理论与实践相结合，主动学习与被动学习相结合

在实践中学知识，在学知识中长技能，在整个教学过程中既有老师讲授也要有学生自主学习，既有规定的实践任务也有学生的自主实践。整个教学过程注重培养学生动手能力与思考习惯，既要有能分析故障的思路也要有具体解决故障技能。

### 4. 教学资料开发

学习包和教材都是素材性资源。教材是知识的载体，学习包是引导学生学习的载体。因此，要开发学习包，突出以学生为中心的学习过程，将本课程的教学内容与地区经济及当地数据恢复工程师实际工作情况紧密结合，并体现学生职业生涯发展的需要。要较充分利用当前丰富的网络资源。

教学中学生的问题、困惑、见解、情感和体验等都是动态生成的课程资源，教师应重视这些教学过程中动态生成的课程资源，并主动性和创造性地运用使以项目为主的教学充满生机与活力。

### 5. 教学资源使用

本课程的实施必须依赖于条件性的课程资源，如实训设备、物流实训基地等。

## （二）考核建议

教学评价：本课程为考试课，期末总评成绩有三部分组成：平时成绩、实训任务和期末测验。总评成绩=平时成绩（10%）+实践操作（20%）+期末测验（70%）。

## 七、需要说明的其他问题

### 1. 参考资料

(1) 张新颖，采购实务，机械工业出版社，2006

(2) 劳动和社会保障部教材办公室组织编写，物流采购与供应管理实训，中国劳动社会保障出版社，2006

### 2. 推荐行业等网站

中国政府采购网 <http://www.ccgp.gov.cn/>

中国物流与采购联合会 <http://www.chinawuliu.com.cn/>

中国建材采购网 <http://www.jiancai365.cn/>

中国采购与招标网 <http://www.chinabidding.com.cn/zbw/index.jsp>

### 3. 其他说明

本课程标准的主要适用于高等职业技术学院。



## 《消费者行为实务》课程标准

## 一、课程基本信息

课程名称	消费者行为实务				
课程代码	1500029	学时	68	学分	3
授课时间	第三学期	适用专业	市场营销、连锁经营管理		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	市场营销学、管理学	后续课程	营销策划、推销技巧		

## 二、课程定位

消费者行为实务是市场营销专业的核心基础课程。通过本课程的学习使学生掌握消费者心理的基础心理学理论与营销策略，以及消费者行为分析的科学方法和工具，为学生将来实际从事营销管理和其它相关工作提供理论基础和指导。

## 三、课程设计思路

本课程的设计理念是：采取“以项目服务为导向的企业任务教学法”，这样的教学主题思想来源于职业教育发达的德国。本课程的教学遵循“行动导向教学过程”的理念，即强调人在实现既定目标过程中进行反思的重要性，“为了行动而学习”，“通过行动来学习”，“行动即学习”。

本课程的设计思路是：聘请行业企业专家与系内教师共同成立该课程的教学团队，在此基础上成立的“模拟商务公司”，然后通过模拟商务公司的商业化运作寻找校外合作企业，为其提供特定的服务项目，最后专业教师把企业项目任务带上课堂，全体学生动手参与设计、组织与实施，最终完成对企业的服务。在这个过程中既锻炼了学生的专业应用操作能力，又提高了学校专业的社会影响力。概括来讲就是：以人为本，兴趣刺激，项目驱动，共同参与，教学相长。

《消费者行为实务》课程是根据我院“营销与策划专业能力拓扑图”中“营销活动能力”的要求设置的。

## 课程设计理念

该课程根据目前实习基地和一些企业对人才需求的实际状况，打破了过去以单纯知识讲授为主要特征的传统学科模式，以消费者的消费过程为主线，以项目教学为背景，以顶岗实习为检验，采用多种教学方法和手段，构建立体化多层次的理论和实践教学体系，充分体现高职教育“说、学、做”的统一。

## 总体设计思路

以消费者的消费过程为教学内容,并根据消费者的消费过程的工作顺序来组织教学:从市场调查、细分市场、寻求机会、确定目标市场、明确市场定位到具体营销策略制定形成

完整的教学过程。并通过项目教学、案例教学、角色扮演、启发引导、实战体验等教学方法,形成课堂教学与实践教学相结合、课内引导与课外任务相结合、教师要求与企业要求相结合的立体化教学系统,充分调动学生主动学习、自我学习的积极性。

目前,高职高专《消费者行为实务》的理论已经基本成熟,本课程根据市场和企业对人才的要求,多方考虑,制定科学合理的教学内容,形成我院独有的设计思路:

#### 1、“够用、实用、好用”的基本原则

虽然目前《消费者行为实务》已经有了很成熟的理论,但在《消费者行为实务》教材编写中我们根据“够用、实用、好用”的原则对内容进行了大胆取舍,突出学生职业素质能力培养的要求,理论选取紧紧围绕消费品营销工作过程的要求进行,突出高职教育的特点。

#### 2、兼顾学生可持续发展和高职教育对理论知识学习的需要

高职学生未来会有很宽广的发展空间,因此在内容选取上不能只考虑初级就业岗位的要求,还要考虑到学生由销售代表等基础岗位提升到营销经理岗位所要求的基本知识铺垫,为学生的可持续发展打下良好基础;同时,达到国家对高职高专人才培养中理论知识学习的需要的基本要求。

#### 3、融合营销师资格证书的考试要求

我院营销与策划专业学生按照自愿原则,95%以上学生参加劳动部市场营销师的考试。在《消费者行为实务》的教学中,我们将国家对市场营销师知识和技能的要求科学合理地渗透到课程的教学中,推动了学生职业素质的培养和提升。

#### 4、关注前导、后续课程内容的合理分工

为提高《消费者行为实务》课程的教学效果,在充分分析能力培养的循序渐进特点和知识间的衔接要求后,制定了科学合理的人才培养方案,从课程的前导、后续课程的特点,合理对知识内容进行分工,提高课程的教学效果。

#### 5、注重教学内容的有效落实

(1)是重视课堂教学的效果。从教学大纲到教材、教案、教学进度、教学方法和手段的使用都充分准备,以学生为中心强调教学效果的提升。

(2) 是强化项目教学。

一方面是保证项目教学的效果与落实。《消费者行为实务》的项目教学是教学中富有特色,提升学生能力效果较好的方法,因此在执行时必须做到:作好项目教学前的准备工作,充分分析企业的背景资料和市场调查分析,引导学生完成项目。另一方面是顶岗实践落实到位。在顶岗实践中强调学生在真实岗位的锻炼,通过与山西糖酒副食有限公司、美特好、中国联通山西分公司、山西大昌集团的合作,为学生提供顶岗、轮岗、岗位竞赛的机会,真正做到教、学、练的有机结合。

#### 四、课程目标

通过任务引领型的项目活动,让学生加深对理论的理解与领会,掌握重要的消费者心理和行为分析的研究工具和规律,甚至能对消费者心理和行为做出一定的预测,制定一些实用的营销策略。

##### (一) 能力目标

1. 能够进行市场调查设计,并对市场调查结果进行总结分析;
2. 能根据企业的销售情况,设计市场调查,找到相关的市场原因;
3. 能够运用汽车产品知识、接待礼仪知识完成汽车销售接待任务;
4. 能够根据消费者个人影响因素和社会影响因素,灵活处理客户的异议;
5. 能根据所学的市场营销基础知识和消费者行为学知识,编写对应的市场营销策划书;
6. 能够帮企业选址、布局、陈列。

##### (二) 知识目标

1. 了解消费者行为的基本理论;
2. 掌握影响消费者行为的各种因素;
3. 掌握消费者购买的基本心理规律;
4. 掌握相应的市场营销策划知识。
5. 能熟悉情境及消费者的情境类型。

##### (三) 素质目标

1. 通过设计市场调查问卷和报告:养成善于动脑,勤于思考,及时发现问题的学习习惯;
2. 通过销售接待和异议处理:养成对产品负责、对客户负责、对企业负责的态度,养成诚实、守信、吃苦耐劳的能力;

3. 购物情景设计:具有善于沟通和与同行共事的团队意识,能进行良好的团队合作。

### 五、课程内容及要求

序号	教学内容		能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
项目 1	山西大昌丰田汽车 4S 店_市场调查	1-1 山西大昌汽车 4S 店消费者状况调查 (描述型调查)	能够进行市场调查设计,并对市场调查结果进行总结分析。	1. 能理解消费者行为学的概念。 2. 熟悉消费者行为学的研究对象和基本内容。	团队合作	20
		1-2 汽车销售额波动原因调查 (因果调查)	能设计市场调查,找到造成销售额变化的原因。	1. 能理解消费者的需要与动机的区别及含义。2. 能熟悉现代动机理论。	团队合作	
项目 2	山西大昌丰田汽车 4S 店_汽车销售	2-1 汽车销售客户异议处理	能够根据消费者个人影响因素和社会影响因素,灵活处理客户的异议。	1. 能理解知觉的含义,知觉的构成。能理解展露、注意、理解的含义。2. 能熟悉消费者学习的基本方法。3. 能认识消费者学习的几种理论。4. 能理解态度的基本概念,态度构成的含义。5. 能理解个性的含义,个性理论及营销应用。6. 能理解品牌个性、自我概念的含义。7. 能理解文化的基本概念和特性。8. 能理解社会阶层、决定因素、划分的含义。9. 能熟悉不同社会阶层消费者的行为差异。	角色扮演 顶岗练习	40
		2-2 汽车整车销售	能够运用汽车产品知识、接待礼仪知识完成汽车销售接待任务。	1. 能理解社会群体的含义、类型、作用; 2. 能熟悉家庭的类型及结构的营销应用; 3. 能理解购前评价标准及选择规则; 4. 能认识产品的使用与购后冲突的营销意义; 5. 能熟悉消费者满意与不满的形成过程及影响因素。	角色扮演 顶岗练习	

项目 3	山西大昌丰田汽车 4S 店---编写营销策划书	3-1 大昌 4S 店编写营销策划书(侧重消费者行为)	根据所学的市场营销基础知识和消费者行为学知识,编写对应的市场营销策划书。有用信息的筛选;	掌握市场营销策划知识。	团队合作	12
项目 4	山西大昌丰田汽车 4S 店---购物情景设计	4-1 山西大昌丰田汽车 4S 店选址	能够帮企业选址	能熟悉情境及其构成,消费者的情境类型。	角色扮演 顶岗练习	16
		4-2 山西大昌丰田汽车 4S 店布局	能够帮企业布局			
		4-3 山西大昌丰田汽车 4S 店选址	能够帮企业陈列			

## 六、课程实施建议

(一) 教学建议(从教学条件、教学方法与手段、课程资源的开发与利用、教材选用等方面进行说明)

### 1. 教学内容的具体表现形式

#### (1) 选用重点规划教材 开发特色教材

经过几年的持续努力,《消费者行为实务》的教材建设取得了一定的成果。课程教材由原来选用的高职高专规划教材,准备过渡到使用由课程组自己教师编写的《消费者行为实务》的校本教材,此教材现在正在开发中。

#### (2) 教学过程材料齐全

所有教学内容通过课件、案例集、习题集、模拟试题、教学大纲、实训手册等材料,提供给学生充分的学习指导。

#### (3) 实践教学内容

通过实践教学大纲、实习计划、毕业实习指南、实习基地情况、实习计划等规范实践教学内容，使认识实习、顶岗实习、毕业实习的执行更加规范、合理。

#### (4) 网络资源

在规范各种教学文件、教学资料的基础上，将相对较成熟的、对学生独立学习影响和帮助较大的资源上网，使优质资源与学生共享。

### 2. 教学方法

#### (1) 校内实训方式

①相关案例分析：案例分析是营销教学联系实际的特色形式，应引起教师高度重视。本课程所选案例，均是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导重点要放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

②角色扮演：给出一定的案例或要解决的管理问题，由学生扮演其中的角色（可轮流扮演），设身处地地分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的能力。

③互动式课堂：这是指结合课堂上教师讲授，发动学生参与课堂教学活动，主要是学生讨论、学生上讲台、学生模拟等形式。

④管理游戏：游戏围绕着对技能的学习和使用而展开，它帮助参与者思考、反应、操作，更重要的是会有很多启迪，通过一个完整的游戏过程，让他们在非正式的、非紧迫的情景下学会技巧与思考。

⑤沙盘对抗操作。利用校内的沙盘实验室让学生们模拟真正的公司运作流程，同时锻炼学生们的竞争意识，加深岗位认识。

#### (2) 校外实训方式

①企业上岗操作：在合作企业的项目服务的相关岗位上进行实施工作，这就需要学生们亲自上岗操作，真正的参与到企业的工作环境中去。

②模拟商务公司体验：在系内建立一家“模拟商务公司”，期中的各种职位需要学生参与，同时模拟商务公司的运作需要学生们发挥能动性去参与。

③企业项目服务运作：专业教师把各种企业服务项目带到学生们中间，学生全程参与企业项目的策划与组织实施，在参与过程中分工合作，完成企业任务。

### 3. 教学手段

(1) 本课程采用多媒体课件教学。

(2) 充分利用网络资源，与学生进行优质资源的共享。

(3) 购买了大量的教学光盘，并组织学生观看，在形象、直观的学习中增强学生对营销理论与实践的理解，提高学生的综合素质。

(4) 课程为学生提供了包括课件、教学视频等学习辅助辅导资料，利于学生进行自我学习、评价。

### (二) 考核建议

本课程的考核由平时成绩考核、项目执行、项目完成成果三部分组成。

## 七、需要说明的其他问题（参考资料、所需仪器、设备、教学软件等）

### 1. 参考资料

经过几年的持续努力，《消费者行为实务》的教材建设取得了一定的成果。所有教学内容通过课件、案例集、习题集、模拟试题、教学大纲、实训手册等材料，提供给学生充分的学习指导。

### 2. 教学场所（仪器、设备、软件等）

通过营销与策划实验室模拟软件，让学生在仿真的环境下通过不同的岗位角色轮换方式对企业的经营进行分析和决策，让参与练习的学生对市场分析、营销决策制定过程有一个完整的体验，利于学生提高岗位变换的适应能力。

## 《电子商务概论》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	电子商务				
课程代码	1500004	学时	68	学分	3
授课时间	第三学期	适用专业	物流管理、市场营销		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	计算机基础、市场营销、推销技巧、公共关系	后续课程	网络营销		

### 二、课程定位

“电子商务概论”是山西职业技术学院物流管理系在人才培养模式改革中开设的一门管理类专业课程，是物流管理、营销策划专业（专科）的一门统设必修课，是连锁经营与管理等其他专业的选修课程。《电子商务概论》是一门综合性的课程，也是一门应用性的正在发展的经济学科。学习本课程的目的旨在通过对电子商务的理论和实践的学习、研究和分析，掌握电子商务的基本知识和基本原理，提高学生从事商务实践的理论素养和电子商务的能力。

### 三、课程设计思路

通过本课程的学习，使学生从电子商务的基本理论（基本概念、基本知识）、基本环境（经济、管理、法律和技术等），到电子商务的基本应用（政府、企业、个人）、产业化发展和电子商务的经济性等各方面有一个比较全面而深入地了解、认识 and 把握，为进一步分门别类学习电子商务的专业知识奠定坚实的基础。通过学习，要求学生能识记电子商务的基本概论；领会不同概念和应用的关系与区别；应用所学知识分析和解释常见的电子商务应用。针对电子商务岗位的素质要求，并结合电子商务职业认证标准，以职业能力培养为重点，与行业企业合作，共同进行课程开发与设计。根据典型工作任务和教学实际需求设计课程项目和任务，融入职业资格标准，制定以能力培养为核心的课程标准。结合课程特点，研讨理实一体的教学方法与手段，改革课程考核方式，制定多元化课程考核评价标准，完善教学质量评价体系。

从职业岗位分析出发，紧密围绕职业能力要求进行课程整体设计。分析归纳典型工作任务，确定教学内容，对教学内容按照岗位工作过程进行细化，以项目



任务形式组织教学。以学生为主体、教师为主导，营造企业氛围，用职业人的标准衡量考核学生。让学生能独立开展电子商务交易中的运营，培养学生职业素质。

课程设计以职业能力培养为重点，参照国家、行业、企业标准。课程全面采取理论与实践一体化的教学，实现教、学、做相结合，突出实践教学。课程教学不仅注重学生的职业能力培养，同时也为学生的可持续发展奠定良好的基础。

#### 四、课程目标

《电子商务概论》课程是电子商务专业的一门专业必修课程，通过教学使学生全面掌握电子商务的概念、特点、运作模式与流程等基本理论及其各种典型的应用。根据专业培养要求，本课程通过实践教学让学生能适应信息和知识经济时代对高素质人才的要求，深入体会电子商务的重要作用，了解电子商务的各个环节，掌握电子商务的理论知识和操作技能。

##### （一）能力目标

1. 掌握网上购物的基本流程；
2. 网络商务信息收集与交换的上机实践；
3. 掌握电子商务系统安全技术；
4. 掌握电子支付的实际操作；
5. 掌握物流软件的使用；
6. 能掌握网络营销的实际操作方法；
7. 分析案例了解我国电子商务的相关法规。

##### （二）知识目标

1. 掌握电子商务的内涵及其应用，电子商务的分类及交易过程；理解电子商务的竞争优势；了解网络商务及社会革命概述，电子商务的产生与发展；
2. 了解实现电子商务的网络基础，网站建设的技术与步骤等以及互联网接入的各种方案及其优缺点；
3. 掌握数字签名及数字证书；理解安全认证；了解电子商务的安全问题；
4. 掌握网上支付方式；了解网上支付系统，我国网络银行的现状与发展；
5. 掌握电子商务与物流的关系；理解电子商务与供应链管理；了解电子商务下全新的物流模型，现代新技术在电子商务物流配送中的应用；
6. 达到下列三个层次的要求：掌握网站推广技术、邮件列表营销技术；理

解公司的竞争策略；了解网络营销与网络广告的基本原理；

7. 了解国内外电子商务法规以及当前电子商务立法中存在的主要问题是什么。

### (三) 素质目标

1. 培养学生观察与模仿能力；
2. 培养学生团队协作能力、自我学习能力、创新能力；
3. 培养学生沟通交流能力；
4. 培养学生独立思考问题、分析问题、解决问题能力
5. 培养学生积极主动、科学严谨的态度；培养学生责任心、职业素质、职业道德。

## 五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
项目 1	电子商务概述	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 具有掌握网上购物的基本流程能力</li> <li>2. 具有网上调查书记收集分析能力</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 电子商务的内涵及其应用</li> <li>2. 电子商务的分类及交易过程</li> <li>3. 理解电子商务的竞争优势</li> </ol>	理实一体	14
项目 2	电子商务技术基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 简单的网页制作</li> <li>2. 网络商务信息收集与交换</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 计算机网络基本知识</li> <li>2. 互联网接入的各种方案及其优缺点</li> </ol>	理实一体	4
项目 3	电子商务系统的安全	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会使用加密技术</li> <li>2. 能进行交易安全管理</li> <li>3. 安全工具使用</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 数字签名及数学证书</li> <li>2. 了解电子商务的安全问题</li> <li>3. 掌握电子商务系统安全技术</li> </ol>	理实一体	18
项目 4	电子支付	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能正确理解传统支付与电子支付</li> <li>2. 能熟练使用电子支付方式</li> <li>3. 能熟练操作网上银行</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉订单处理</li> <li>2. 了解电子合同签订</li> <li>3. 会操作电子支付</li> <li>4. 熟悉售后服务常用功能</li> </ol>	理实一体	8
项目 5	电子商务物流	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 物流条码的制作</li> <li>2. 能完成物流信息系统应用</li> <li>3. 物流软件的使用</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解电子商务与物流的关系</li> <li>2. 理解电子商务与供应链管理</li> <li>3. 了解电子商务下全新的物流模型, 现代新技术在电子商务物流配送中的应用</li> </ol>	理实一体	18
项目 6	网络营销	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能掌握网站推广技术、邮件列表营销技术</li> <li>2. 能展开网络营销活动实践</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握网站推广技术</li> <li>2. 了解公司竞争策略</li> <li>3. 了解网络营销与网</li> </ol>	理实一体	8

			络广告的基本原理		
项目 7	电子商务法律与法规	1.能分析国际电子商务法律案例 2.能分析我国电子商务案例	1.了解国际电子商务法规 2.了解我国电子商务法规 3.电子商务存在的问题	理实一体	2

## 六、课程实施建议

### （一）教学建议

1. 课堂讲授：主要采用讲授法。本课程是实践性较强的课程，应全部采用多媒体教学，充分利用动画、录像、软件等资源，让学生身临其境，使学生易于接受。在讲授基本理论时，应结合电子商务的发展趋势引进新案例、新实例并加以分析，增强学生的理解；加大课堂信息量，引入新观点、新动态，将老师讲授与学生讨论、参与结合起来，形成互动式教学。

2. 上机实践：通过全程网上模拟操作实验, 加深对理论知识的认识, 掌握实际应用技能和电子商务的真实性, 加强感性认识及实际操作能力。

3. 作业：本课程涉及到许多基本方法的应用，应布置适当的书面作业，并将堂上作业与课后作业结合起来，堂上掌握学生学习的情况，堂下使学生巩固知识。本课程还应结合教学内容布置一些实践性作业等。

4. 考核方式：每学期的期末测验一次，笔试，可根据具体要求采用开卷或闭卷方式，考试内容应与课程重点内容相符，适当设置一些能让学生有自我发挥空间的主观题目。

5. 能力培养要求：使学生能熟练运用电子商务知识，进行信息分析、信息采集、市场调查、网络营销，并运用所学知识，借助计算机和网络从事国内国际商务活动。

6. 先修课程：计算机文化基础、市场营销、推销技巧、公共关系。

7. 课时安排：可以根据不同专业的要求适当调整课时。

### （二）考核建议

课程考核倡导评价的多主体性，学生要参与学习过程的评价，可进行学生的自我评价、学生对学生的评价和师生之间的互相评价、实习企业评价等。理论考核与实践考核相结合，将职业资格证书考核、技能大赛、社会服务能力等相结合进行评价。

总成绩按照“平时成绩×30%+期末考试成绩×70%”评定。

1、期末考试采取闭卷考试，占总成绩的 70%。

2、平时成绩侧重过程式考核，占总成绩的 30%，其中包括实训成绩、作业、考勤情况和课堂表现等。其中，实训成绩占总成绩的 20%，作业、考勤和课堂表现占总成绩的 10%。

实训成绩由下面三个部分组成：1、实训中的表现、实训结果，占实训成绩的 40%；2、实训报告或总结，占实训成绩的 30%；3、实训考核，占实训成绩的 30%。

## 七、需要说明的其他问题

### 1. 参考资料

1. 邓丽明，《电子商务概论》，高等教育出版社
2. 宋文官，《电子商务实用教程》，高等教育出版社
3. 邵兵家，《电子商务概论》，高等教育出版社
4. 邵兵家，《电子商务师资格认证技能实战》，科学出版社
5. 段传林，《电子商务基础》，冶金工业出版社

### 2. 教学场所（仪器、设备、软件等）

电子商务实训室

## 《市场调查与预测》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	市场调查与预测				
课程代码	1500021	学时	68	学分	3
授课时间	第三学期	适用专业	市场营销、连锁经营		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	市场营销、计算机基础	后续课程	营销与策划、商业沙盘		

### 二、课程定位

市场调查与预测是企业市场营销活动和科学管理的重要内容之一，是市场营销和工商管理学科不可缺少的组成部分。随着我国经济的快速发展，企业竞争异常激烈，市场变化日益多端，许多企业越来越认识到市场信息的重要性，开始重视对市场信息的搜集和分析。同时，作为一门市场营销的综合性应用科学，市场调查和预测也受到教育部门的重视，已成为许多高等院校的经济管理类专业、市场营销专业的专业基础课程。在经济全球化、信息化和网络化的今天，信息情报正在成为企业生存和发展的最重要的战略资源和生产要素，因而了解和掌握市场调查与预测的有关知识，积极开展调研活动就成为企业开拓市场和增强竞争力的重要对策。

### 三、课程设计思路

现代教育理念要求教师的教学过程应是促进学生身心健康、智慧才能开发、品行人格完善的过程。针对以职业能力培养为重点，与行业企业合作，共同进行课程开发与设计，突出课程的开放性、职业性和实践性三个特点，根据典型工作任务和教学实际需求设计课程项目和任务，融入职业资格标准，制定以能力培养为核心的课程标准。结合课程特点，研讨理实一体的教学方法与手段，建设课程的教学资源，改革课程考核方式，制定多元化课程考核评价标准，完善教学质量评价体系。

《市场调查与预测》共分为 10 个章节，按照“理论、实务、案例、实训”的模式，兼顾“专业能力”、“社会能力”和“方法能力”，每个章节都标有理论目标、实务目标、案例目标和实训目标，使学生一开始就清楚完成本章需具备的知

识和能力，提高学生学习的针对性；每一章节都以案例导入，能有效地激发学生的学习兴趣 and 求知欲望；在理论知识的阐述部分插入了同步案例、业务链接以及职业道德与营销伦理，具有很强的可读性和可操作性；每个章节后都有本章概要、理论题、案例题、实训题等模块，教材内容的设计和资料的选取贴近实际，书中编排了大量的有关市场调查与预测成功和失败的案例，这些精选的内容，需要学生运用所学知识来修正、完善，有些问题需要团队合作完成。这种教学体系能极大地提高学生学习的自主性和积极性，逐步提升学生的职业素养和职业能力。

课程的设计没有过分强调系统知识的重要性，而是注重课程的社会适应性和学生的发展性，培养学生的散发思维，强化运用理论知识的能力及实际操作能力。

### 1. 课程设计的目标要求

#### (1) 基于典型工作任务、以项目为载体进行课程整体设计

从职业岗位分析出发，紧密围绕职业能力要求进行课程整体设计。分析归纳典型工作任务，确定教学内容，对教学内容按照岗位工作过程进行序化，以项目任务形式组织教学。

#### (2) 教学内容案例引入，体现理论结合实际。

本课程运用案例导入，将理论知识与实务研究有机结合，课程教学内容的设计以理实一体化进行实施，教学进程的设计符合学生职业能力递进规律。

#### (3) 采用“项目导向、任务驱动”的教学模式

以真实项目任务为载体组织教学，每个项目有若干个任务组成，使得整个教学过程就是学生完成实际学习任务的学习过程，也是学生实际完成实际工作任务的过程。

#### (4) 企业文化融入教学过程，注重学生职业素质的养成

以学生为主体、教师为主导，营造企业氛围，用职业人的标准衡量考核学生。培养学生职业素质。

### 2. 课程设计体现职业性、实践性和开放性

(1) 课程的职业性。课程设计以职业能力培养为重点，参照国家、行业、企业标准。

(2) 课程的实践性。课程全面采取理论与实践一体化的教学，实现教、学、做相结合，突出实践教学。课程项目均来源于实际工作岗位任务，实践教学包括

课程项目实训、课外实践活动（参与企业或社会调查活动）、企业实习等。

（3）课程的开放性。课程开发理念上学习、借鉴国内外先进教学及职教理念；课程开发方式上，与行业企业深度合作，共同开发课程内容；实训基地建设上，建成多元化投资、开放式运行的具有多种功能甚至对外经营服务的工厂；课程评价上建立多元评价体系，包括自我评价、企业评价、社会评价等；课程教学不仅注重学生的职业能力培养，同时也为学生的可持续发展奠定良好的基础。

#### 四、课程目标

开设《市场调查与预测》这门课程，旨在满足高等职业学校市场营销类专业、经济管理类专业的学生专业技能和基本技能培养的需要。通过本课程的学习与实践，要求学生了解掌握市场调查与预测的基本理论和方法，能够运用这些方法实际组织安排各种课题的调查，并将调查搜集来的资料进行整理、汇总、分析，提出解决问题的办法，撰写符合要求的调研报告。并具有良好的职业规范，具有团队协作能力、创新能力、分析问题解决问题能力等。

##### （一）能力目标

1. 能操作文案调查；
2. 能展开实地调查；
3. 能设计问卷调查内容；
4. 能应用抽样调查；
5. 能整理与分析调查资料；
6. 能运用判断分析预测法；
7. 能掌握简单的时间序列分析预测法；
8. 能撰写市场调查报告；

##### （二）知识目标

1. 了解市场调查的含义和特点、市场调查课题的调查路径；认识市场调查的作用、市场调查课题的几种类型；把握市场调查课题；
2. 学习文案调查、实地调查、抽样调查、问卷调查的调查方法及目的，并学以致用；
3. 学习和把握调查资料整理与分析的相关概念，调查资料审核的内容和基本要求；
4. 学习与把握市场调查报告的作用、结构和内容，撰写市场调查报告应注

意的问题等陈述性知识等。

### (三) 素质目标

1. 培养学生观察与模仿能力；
2. 培养团队协作能力、自我学习能力、创新能力；
3. 培养学生沟通交流能力；
4. 培养独立思考问题、分析问题、解决问题能力
5. 培养积极主动、科学严谨态度；培养学生责任心、职业素质、职业道德。

## 五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
项目 1	市场调查课题的界定及调查方案的设计	1.培养市场调查方案设计的能力 2.强化“自我学习”、“解决问题”、和“革新创新”的职业核心能力	1. 学习和把握市场调查的含义和特点、市场调查课题的调查路径； 2. 认识市场调查的作用、市场调查课题的几种类型； 3.把握市场调查课题的背景、市场调查方案的内容等；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 2	文案调查	1. 引导学生参加“文案调查”业务胜任力的实践训练； 2.培养其“文案调查”的专业能力； 3.强化其“信息处理”、“自我学习”、“解决问题”和“革新创新”等职业核心能力； 4. 能用所学理论知识指导文案调查的相关认知活动；	1.学习和掌握文案调查法的含义、作用和特点等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 3	实地调查	1.能用所学理论知识指导实地调查的认知活动； 2.引导学生参加“实地调查”业务胜任力的实践训练； 3.培养其“实地调查”的专业能力； 4.强化其“信息处理”、“与人交流”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力；	1. 学习和把握访问法、观察法、实验法的含义、优缺点、应用范围和注意事项等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 4	问卷调查	1.能运用所学理论知识指导问卷调查认知活动； 2.引导学生参加“问卷调查”业务胜任力的实践训练； 3.培养其“问卷设计”的专业	1. 学习和把握调查问卷的含义、作用和基本结构等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8



		能力; 4.强化其“信息处理”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力;			
项目 5	抽样调查	1 能运用所学理论知识指导市场抽样调查的相关认知活动; 2.引导学生参加“抽样调查”业务胜任力的实践训练; 3.培养其“抽样方案设计”的专业能力; 4.强化其“数字应用”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力;	1.学习与把握抽样调查、概率抽样和非概率抽样的含义; 2.与抽样有关的专业术语; 3.影响样本量大小的因素以及抽样方案等陈述性知识;	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 6	调查资料的整理与分析	1 能用所学理论知识指导调查资料整理与分析中的认知活动; 2.引导学生参加“调查资料的整理与分析”业务胜任力的实践训练; 3.掌握用 Excel 处理数据并绘制统计图的技巧;	1 学习和把握调查资料整理与分析的相关概念; 2.调查资料审核的内容和基本要求; 3.无效问卷和不满问卷的情况; 4.编码的方式、原则, 编码簿的结构; 5.统计图的类型等陈述性知识;	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 7	市场预测概论	1.能用所学理论知识指导本阶段市场营销预测的相关认知活动; 2.引导学生参加“市场预测程序设计”业务胜任力的实践训练; 3.培养其市场预测的专业能力; 4.强化其“与人交流”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力;	1. 学习和把握市场预测的含义、市场预测的基本原理、市场预测的分类及内容等陈述性知识;	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 8	判断分析预测法	1 能运用所学理论知识指导“判断分析预测法”中的相关认知活动; 2.引导学生参加“判断分析预测方法运作”业务胜任力的实践训练; 3.培养其判断分析预测的专业能力; 4.强化其“自我学习”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力;	1 学习与把握集合意见法、专家预测法、德尔菲法的含义, 三种定性预测方法的特点和各自的应用范围等陈述性知识;	案例法 讨论法 讲授法	6

项目 9	时间序列分析预测法	1. 能运用所学理论知识指导“时间序列分析预测”的相关认知活动； 2. 培养和学生在特定业务情景中分析问题与决策设计的能力。	1. 学习与把握简单平均值预测法、移动平均法、指数平滑法、季节指数法的含义，四种方法的特点和各自的应用范围等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 10	撰写市场调查报告	1. 能运用所学理论知识指导市场调查报告撰写中的认知活动；2. 培养学生撰写规范的市场调查报告的能力；	学习与把握市场调查报告的作用、结构和内容，撰写市场调查报告应注意的问题等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6

## 六、课程实施建议

### （一）教学建议

#### 1. 教学方法

（1）大纲制定——根据专业培养目标确定课程教学大纲，把它作为各授课教师的指导性文件。教师在此基础上设计教学进度表。

（2）教材选用——当前选用的是由杜明汉编著、东北财经大学出版社出版的教育部高职高专市场营销专业精品教材《市场调查与预测》，同时辅助选用其他具有权威性的国外原版教材和国家级教材。

（3）教案制作——制作了 PPT 教案。授课教师以此为基础，根据授课对象进行调整。

（4）课堂授课——授课内容强调实用性和先进性；授课形式上体现多样化和互动性，充分运用教师讲授、案例讨论、情景模拟、报告交流等方式，启发和调动学生的学习积极性和参与意识。

（5）辅助教学——学生可以阅读我们提供的电子教材和参考书，有针对性的预习复习，提问答疑；

（6）社会实践——向学生提供真实的社会活动舞台，让学生体验真实的营销活动，包括参与企业市场调研、产品上市策划、营销计划制定和促销活动的参与等。

（7）课程考试——课程考核采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。倡导评价的多主体性，学生要参与学习过程的评价，可进行学生的自我评价、学生对学生的评价和师生之间的互相评价、实习企业评价等。理论考核与实践考核相结合，将职业资格证书考核、技能大赛、社会服务能力等相结合进行评价。

对学生学习情况的检测采用了闭卷笔试、开卷笔试、模拟训练、调研报告、

平时作业等多种课程考试形式，建立起多元化的人才质量评价体系。

(8) 教学总结和研究——包括教学环节经验总结和存在问题分析、学生成绩分析、考试结果分析等。同时，定期和不定期地举行教学内容、教学方法、课程体系等讨论活动，并经常性进行教学改革和教学研究，注重教学的有效性。教学中要充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用，从学生的实际和企业岗位的需求出发，遵照学生的学习特点和认识规律，突出培养学生解决实际问题的能力和应变能力。

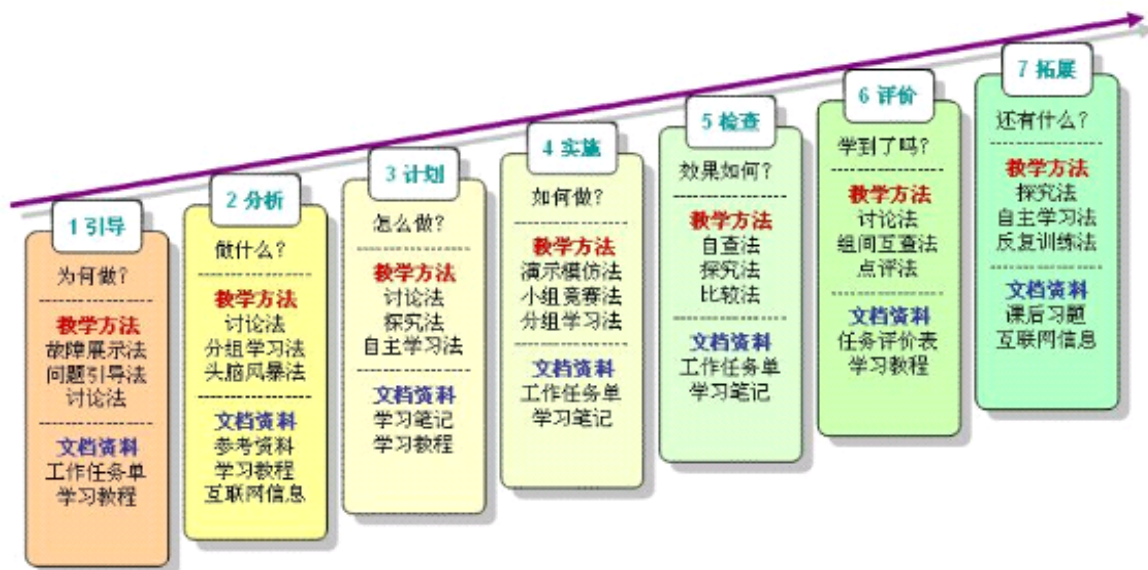
## 2. 实践教学

实践教学采取了各种方式，具体做法有：

(1) 调研性案例讨论和分析性案例讨论。一般以小组为单位，在案例准备和小组讨论中培养学生的团队精神、合作意识和分工合作完成任务的技巧。每一章至少会安排一次这样的活动，参加过类似的活动之后，学生的综合素质和实践能力都普遍提高。

(2) 实践性活动。实践活动根据课程内容的需要进行安排，包括实地参观、专题调查等。如讲授渠道运作内容时，将学生带到零售超市考察各个典型企业的卖场布置思路和做法。通过近距离观察，启发学生独立思考；在个人或小组调研报告的课堂展示和交流中，学生得以加深对所学知识的理解，增强其理论运用于实践的意识，培养和提高分析问题、解决问题的能力。

(3) 多种学习活动方法针对不同的学习情境，选用不同特点的教学方法，教师从知识传授者的角色转为学习过程的组织者、咨询者和指导者，最终将学习的动力传达到学生身上，使教学过程向学生自觉的学习过程转化。建议采用教学方法如下：问题引导法、讨论法、头脑风暴法、探究法、演示模仿法、比较法、分组学习法、小组竞赛法、自查法、组间互查法、抽查法、自主学习法、反复训练法、评点法。



### 3. 理论与实践相结合，主动学习与被动学习相结合

在实践中学知识，在学知识中长技能，在整个教学过程中既有老师讲授也要有学生自主学习，既有规定的实践任务也有学生的自主实践。整个教学过程注重培养学生自主学习能力和思考习惯，提高学生分析问题和解决实际问题的能力。

### 4. 教学资料开发

学习包和教材都是素材性资源。教材是知识的载体，学习包是引导学生学习的载体。因此，要开发学习包，突出以学生为中心的学习过程，将本课程的教学内容与现实的市场情况紧密结合，并体现学生职业生涯发展的需要。要较充分利用当前丰富的网络资源。

教学中学生的问题、困惑、见解、情感和体验等都是动态生成的课程资源，教师应重视这些教学过程中动态生成的课程资源，并主动性和创造性地运用使以项目为主的教学充满生机与活力。

## 七、需要说明的其他问题

### 1. 参考资料

(1) 教材《市场调查与预测》 杜明汉主编，东北财经大学出版社

(2) 参考教材

《市场调查与预测》，魏炳麒，东北财经大学出版社；

### 2. 教学场所

多媒体教室、调查学校周边超市等。

### 3. 其他说明

(1) 本课程标准适用于山西职业技术学院物流学院市场营销专业、连锁经营专业高职层次学生。

(2) 本课程为后续课程《市场营销策划》奠定基础。

## 《店铺售货艺术》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	店铺售货艺术				
课程代码	1500053	学时	48	学分	3
授课时间	第五学期	适用专业	连锁经营管理		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	营销实务、连锁经营管理、 商务礼仪、连锁企业门店经营与管理	后续课程	连锁企业采购管理、 连锁企业仓储配送管理		

### 二、课程定位

《店铺售货艺术》课程是以连锁经营行业的发展为背景，以商场运营管理过程为内容，以培养商场营业员能力为核心。通过课堂、市场和企业三个窗口的学习和实践，使学生了解掌握商场服务操作技术、商场收银技术、商品销售计算技术、商品核算与盘点技术、商品陈列技术、商场服务礼仪艺术、商场服务接待艺术、商场服务语言艺术、顾客异议的处理与冲突的预防和排除等相关内容。

### 三、课程设计思路

聘请企业的技术专家和专业教师组成课程开发小组，针对门店销售岗位的素质要求，并结合营销师职业认证标准，以职业能力培养为重点，与行业企业合作，共同进行课程开发与设计，突出课程的开放性、职业性和实践性三个特点。根据典型工作任务和教学实际需求设计课程项目和任务，融入职业资格标准，制定以能力培养为核心的课程标准。结合课程特点，与企业共同编写项目化教材，共同研讨理实一体的教学方法与手段，共同建设课程的教学资源，改革课程考核方式，制定多元化课程考核评价标准，完善教学质量评价体系。

1. 依托校办企业，并与中盈创信、效率源等企业合作进行基于工作过程的课程设计

(1) 基于典型工作任务、以项目为载体进行课程整体设计

从职业岗位分析出发，紧密围绕职业能力要求进行课程整体设计。分析归纳典型工作任务，确定教学内容，对教学内容按照岗位工作过程进行序化，以项目任务形式组织教学。

(2) 教学内容引入行业技术标准、企业服务规范及国家级认证体系。

本课程从岗位能力需求出发,结合全国职业院校技能大赛汽车营销项目相关技术标准要求,引入行业技术标准、联想服务规范、营销师认证课程标准,课程教学内容的设计也围绕认证课程标准进行实施,教学进程的设计符合学生职业能力递进规律。学生完成本课程的学习后,可以考取相应的职业资格证书。

### (3) 采用“项目导向、任务驱动”的教学模式

以门店销售顾问岗位真实项目任务为载体组织教学,每个项目有若干个任务组成,使得整个教学过程就是学生完成实际项目任务的学习过程,也是学生实际完成实际工作任务的过程。

### (4) 企业文化融入教学过程,注重学生职业素质的养成

以学生为主体、教师为主导,营造企业氛围,用职业人的标准衡量考核学生。让学生在校企合作的实际岗位学习并让学生在师傅的带领下参与实际门店销售服务,培养学生职业素质。

## 2. 课程设计体现职业性、实践性和开放性

(1) 课程的职业性。课程设计以职业能力培养为重点,参照国家、行业、企业标准。

(2) 课程的实践性。课程全面采取理论与实践一体化的教学,实现教、学、做相结合,突出实践教学。课程项目均来源于实际工作岗位任务,实践教学包括课程项目实训、课外实践活动(通过与连锁经营企业校企合作,让学生参与实际的门店销售,锻炼学生的岗位技能)、企业实习等。

(3) 课程的开放性。课程开发理念上学习、借鉴国内外先进教学及职教理念;课程开发方式上,与行业企业深度合作,共同开发课程内容;实训基地建设上,建成多元化投资、开放式运行的具有多种功能甚至对外经营服务的工厂;课程评价上建立多元评价体系,包括自我评价、企业评价、社会评价等;课程教学不仅注重学生的职业能力培养,同时也为学生的可持续发展奠定良好的基础。

## 3. 依托校办企业实现“校中厂”,做到校企零距离。

## 四、课程目标

通过本课程的学习,使学生能具备商场营业员应具备的基本技能和素质以及符合企业对商场营业员的人品和性格的要求。

### (一) 能力目标

1. 能够利用商场营业员基本的服务礼仪，语言沟通能力来进行基本的商场营业服务；

2. 能够运用商场营业员的基本操作技能和基本服务技能来提供基本的商场营业服务；

3. 能够运用商场营业员的销售服务技巧进行商品的销售；

4. 能够运用商场营业员处理售后服务的技巧来处理商场的售后服务；

### (二) 知识目标

1. 掌握商场营业员的岗位要求；

2. 掌握商场服务员的礼仪规范；

3. 掌握商场营业员的语言沟通技巧和表达艺术；

4. 掌握商场营业员的基本服务技能和基本操作技能；

5. 掌握商品销售的步骤；

6. 掌握商场营业员的售后服务。

### (三) 素质目标

1. 培养学生观察与模仿能力；

2. 培养学生团队协作能力、自我学习能力、创新能力；

3. 培养学生沟通交流能力；

4. 培养独立思考问题、分析问题、解决问题能力；

5. 培养积极主动、科学严谨态度；培养学生责任心、职业素质、职业道德。

## 五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
1	单元一 商场操作技术与销售艺术概述	培养学生商场服务技术与销售艺术的能力	①了解商场营业员的岗位职责； ②掌握不同级别营业员的职责标准和相关知识。	理实一体	6
2	单元二 商场营业员服务礼仪规范	提升服务礼仪	①掌握营业员在服务中各种姿势的要求标准； ②了解营业员在服务中仪容仪表的基本原则和着装的要求。	理实一体	6
3	单元三 商场营业员语言沟通技巧	增进商场服务语言的沟通与表达能力	①掌握在服务中语言沟通技巧的相关知识； ②掌握在服务中语言表达的艺术	理实一体	4
4	单元四 营业前准备工作	能够进行售前环境准备与个人准备	熟练掌握营业前的准备工作	理实一体	4
5	单元五 顾客接待服务	培养接待顾客的艺术与劝说顾客的艺术	熟练掌握接待服务的步骤和要求。	理实一体	6



6	单元六 商品验收和陈列技能	培养商品陈列的方法与技巧	①熟练掌握商品验收技能； ② 熟练掌握商品陈列技能。	理实一体	6
7	单元七 商场收银技术	收银操作技术	①熟练掌握商场收银技能； ② 能够使用收银设备。	理实一体	6
8	单元八 商场营业员的销售服务技巧	熟练掌握商品推介的步骤和方法	了解商品销售的性质和目的；	理实一体	6
9	单元九 顾客异议的处理与冲突的预防和排除	掌握处理顾客投诉的技巧	掌握售后服务应该注意的事项以及售后矛盾的妥善处理。	理实一体	4
合计					48

## 六、课程实施建议

### （一）教学建议

#### 1. 教学方法

（1）以工作任务为目标，学生以小组的形式在工作任务单的引导下完成专业知识学习和技能训练，小组形式的学习可以培养学生的团队协作能力、交流沟通能力。强调学习过程的最终目的是：完成对知识的意义构建（而非完成教学目标），在这样的学习环境中，课件设计通常不是从分析教学目标开始，而是从如何创设有利于学生对知识的意义构建的情境开始，不论是学生的独立探索、协作学习还是教师辅导，都要紧紧围绕意义构建这个中心而展开。每项工作任务完成后，最后由各小组提交一份各自成果报告。

（2）多种学习活动方法针对不同的学习情境，选用不同特点的教学方法，教师从知识传授者的角色转为学习过程的组织者、咨询者和指导者，最终将学习的动力传达到学生身上，使教学过程向学生自觉的学习过程转化。建议采用教学方法如下：故障展示法、问题引导法、讨论法、头脑风暴法、探究法、演示模仿法、比较法、分组学习法、小组竞赛法、自查法、组间互查法、抽查法、自主学习法、反复训练法、评点法。

#### 2. 通过实际项目任务的完成替代原有章节教学的模式

本课程以门店销售服务过程分项项目引领、任务驱动组织开展教学，通过门店销售典型岗位实际工作任务设计教学项目、任务。实现学习过程既是工作过程，完成相应学习任务即完成实际工作任务，通过不同任务来传授相关知识点。

本课程采用以门店销售服务步骤为主的模块结构，将理论与实践的内容进行整合。在教学中采用理论与实践一体化的教学模式，在课程实施中积极探索实训导向性、问题导向性和项目导向性的教学。采用理论与实践一体化的教学模式，并不是完全抛弃传统的教学，而是发挥传统教学的长处，将其融入理论实践一体

化教学模式这中，注重教学的有效性。教学中要充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用，从学生的实际和企业岗位的需求出发，遵照学生的学习特点和认识规律，突出培养学生解决实际问题的能力和应变能力，强化情感态度价值观的教育，注意操作的规范性和安全性。

### 3. 模拟环境与真实环境相结合

本课程主要是锻炼学生在实际门店销售岗位上的销售服务技能，因而我们模拟了门店销售的真实环境让学生进行演练操作，不仅灵活、安全而且真实。

### 4. 教学资料开发

本课程充分调动学生学习积极性，让学生以组为单位，对本市商业中心的门店销售进行实地调研，收集一手市场资料并进行小组讨论，汇总成调研报告，在课堂上以 PPT 形式进行项目调研报告，并结合网络收集相关信息。

## (二) 考核建议

本课程改革传统的评价手段和方法，采用过程考核和结果考核相结合的方式。结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、综合实践及考试情况，综合评价学生成绩。对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

考核目的		考核方式	比例
过程考核	学习态度	根据作业完成情况、课堂回答问题、学生出勤情况，由教师综合评定学生的学习态度得分。	10%
	单元实践	根据学生实践情况、由学生自评、他人评价和教师评价相结合的方式评定成绩。	20%
结果考核	期中考试	由教师评定笔试成绩	20%
	期末考试	由教师评定笔试成绩	50%
合计			100%

## 七、需要说明的其他问题

### 1. 参考资料

(1)教材《店面销售》 电子工业出版社 王伟主编。

(2) 参考教材

《柜台营业员培训全案》 刘永忠、金才兵，海南出版社 ；

《营业员培训与管理》漆浩，中华工商联出版社；

《销售服务技术》印文郁、汤向阳，高等教育出版社。

2. 教学场所（仪器、设备、软件等）

连锁经营管理实训室（陈列柜、超市销售软件、收银软件、计算机等设备）