零售管理本科课程教学大纲

编制人：林炳坤

审定人：巫月娥

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月15日

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 零售管理 | | |
| 英文 | Retailing | | |
| 课程代码 |  | | 课程性质 | 专业必修课 |
| 课程学分 | 3 | | 课程学时 | 48 |
| 适用专业 | 市场营销 | | 课程组负责人 | 林炳坤 |
| 课程组成员 | 林炳坤 | | | |
| 先修课程 | 管理学、微观经济学、市场营销学 | | | |
| 选用教材 | [1]蒋秀兰，蒋春艳．零售学．第2版．北京：清华大学出版社，2018. | | | |
| 参考书目 | [1]贺爱忠，聂元昆等.零售学.北京：高等教育出版社，2013.12.  [2]迈克尔·利维.巴顿 A. 韦茨著，张永强 译.零售学精要.北京：机械工业出版社，2009.1.  [3]大卫·E. 贝尔，沃尔特·J.萨蒙 著，孙晓梅 高鹏 译.零售学.大连：东北财经大学出版社. | | | |
| 推荐教材 | [1]蒋秀兰，蒋春艳．零售学．第2版．北京：清华大学出版社，2018. | | | |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握商品规划、采购管理、价格管理、促销管理、服务管理、商店设计与商品陈列等各项零售管理等基本内容和方法 |
| 课程目标2 | 具备将零售基本原理和方法应用于实践的能力 |
| 课程目标3 | 具有零售创新意识和道德准则，践行社会主义核心价值观 |
| 课程目标4 | 了解零售前沿理论和实践，形成学科思维 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:知识获取能力 | 1.2专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、组织行为学、会计学、财务管理学、市场营销学、创业学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握市场营销学的理论前沿及发展动态。 |
| 课程目标2 | 毕业要求2:知识应用能力 | 2.1 专业知识应用能力。具有国际视野，系统掌握市场营销专业基础知识。具备市场调查与预测、营销策划、销售管理等组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用市场营销学理论和方法，系统分析、解决企业的营销问题。  2.3 互利网技术应用。熟练运用网络技术和数字营销工具分析解决企业现代营销中的问题。 |
| 毕业要求5：科学研究能力 | 5.1掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究能力  5.3掌握管理、市场营销的定性和定量的研究分析方法 |
| 课程目标3 | 毕业要求3：思想道德素质 | 3.2 拥护党的领导和社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力。 |
| 毕业要求4：创新创业能力 | 4.3 具有创新意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备创新创业等实践活动能力。 |
| 课程目标4 | 毕业要求5：科学研究能力 | 5.2了解本学科的理论前沿和发展动态，具有较强的科研创新能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第一章 零售概述 | 1.理解零售、零售商、零售业的基本概念  2.掌握西方零售业发展的几次重大变革  3.了解中国零售业的发展历史及现状  4.理解零售业发展演变规律的主要理论 | 1.零售组织演化规律理论的主要内容及在我国的应用情况  2.零售业四次重大变革的主要内容、背景及对零售业的影响。 | 1.如何理解零售组织演化规律的内容及其局限性  2.如何理解零售业四次重大变革的基本特征、背景及其影响  3.如何理解我国目前零售业正在发生急剧变化，把握国内零售企业面临的挑战。 |
| 2 | 第二章 零售业态 | 1.理解零售业态的内涵  2.掌握零售业态的主要类型  3.区别不同零售业态的主要特征  4.了解全渠道零售 | 1.零售业态的内涵及组成要素  2.各种零售业态目前在国内发展情况及其发展方向 | 1.如何理解零售业态与零售业种的区别  2.如何理解国内百货商店并没有如西方国家一样步入衰落期  3.如何理解便利店在国内外具有良好的发展前景 |
| 3 | 第三章 零售企业经营战略 | 1.了解零售的宏观环境及竞争环境  2.理解零售企业经营战略的含义  3.了解零售企业战略管理的过程  4.掌握零售企业的增长型战略  5.理解零售企业如何培育竞争优势 | 1.零售竞争优势的来源  2.零售环境分析  3.零售市场定位  4.成本领先战略、差异化战略与目标集聚战略在零售经营中的运用 | 1.如何确定企业的竞争优势  2.如何确定差异化战略。 |
| 4 | 第四章 商圈分析与选址决策 | 1.掌握商圈的含义及构成  2.理解商圈分析的意义和要点，能够运用商圈划定方法确定商圈的范围  3.掌握商圈形成的影响因素  4.熟悉商店选择的原则即考虑因素；理解商店选择的方法 | 1.商圈及其影响因素  2.商圈分析  3.商店选址决策 | 1.外部环境和内部因素如何影响商圈形成  2.商圈的计算 |
| 5 | 第五章 零售组织与人力资源管理 | 1.理解零售组织设计的要求和程序  2.掌握零售组织的基本类型  3.熟悉零售组织文化的相关知识  4.理解零售组织人力资源管理的内容 | 1.零售组织结构设计要求和程序  2.零售企业组织结构的类型和发展趋势  3.零售组织文化的内涵和表现  4.零售企业人力资源管理的特点和内容 | 1.不同零售组织结构的特点和区别  2.组织文化对零售企业发展的促进效应  3.零售组织如何推行有效的人力资源管理 |
| 6 | 第六章 商店布局与商品陈列 | 1.掌握零售商店布局的基本形式  2.掌握商品陈列的基本方法和原则  3.了解商店氛围营造的基本内容  4.能够理论联系实际，进行零售卖场布局和商品陈列设计 | 1.商场布局的主要形式及之间的区别  2.色彩、灯光、音乐、气味在商场设计中的应用及如何营造购物气氛  3.商品陈列的主要方法 | 1.如何判断不同零售业态商场布局的不同特点和要求  2.如何理解色彩、灯光、音乐、气味在商场设计中的应用中可能出现的负面效果  3.如何理解商品陈列的有效方式及效果 |
| 7 | 第七章 零售企业商品采购 | 1.理解商品采购的模式与方式、商品采购决策的内容  2.掌握经济订购批量的含义及计算方法  3.理解零供关系的现状以及促进零供关系协调发展的手段 | 1.商品采购流程的建立  2.供应商的选择与评估  3.商品采购制度的比较  4.采购人员的要求及考核  5.采购业务决策的确定 | 1.供应商的选择与评估  2.商品采购制度的比较  3.采购人员的要求及考核 |
| 8 | 第八章 零售企业商品规划 | 1.了解商品分类的方法  2.掌握零售企业商品组合的确定  3.理解如何进行商品的优化  4.掌握零售企业如何进行自由品牌商品的开发与管理 | 1.如何确定商品经营范围  2.商品结构的动态调整  3.零售商自有品牌的开发 | 1.如何把握商品经营范围确定以形成零售商品经营特色  2.如何理解商品结构调整中新产品引入与旧产品淘汰的关系  3.如何理解发展自有品牌是零售企业今后的发展趋势 |
| 9 | 第九章 零售定价 | 1.掌握基本的零售定价方法和策略  2.熟悉零售商调整价格的方式和方法  3.理解影响零售定价的基本因素和定价目标 | 1.影响零售定价的因素  2.零售定价目标的确定和基本定价方法  3.零售定价政策和定价策略 | 1.如何确定合适的零售定价目标  2.不同零售定价方法的使用 |
| 10 | 第十章 零售促销 | 1.理解零售促销的意义  2.掌握零售促销组合的构成  3.掌握零售促销策划活动流程  4.熟悉零售广告、公共关系、销售促进的种类  5.了解零售组织人员推销的注意事项 | 1.零售商促销策略的主要内容  2.零售商促销组合各要素的特点 | 1.如何理解零售商促销与制造商促销的不同特点  2.如何理解零售商促销效果既可以达到短期效果又可以实现长期效果  3.如何理解零售商促销管理各个环节中要注意的问题 |
| 11 | 第十一章 零售服务 | 1.了解零售服务的概念及重要性  2.理解零售服务的特点及类型  3.掌握零售服务设计时应考虑的因素  4.理解零售服务质量差距模型  5.了解如何改进零售服务质量 | 1.服务的特点、类型及作用  2.零售服务设计应考虑的因素  3.常见的零售服务项目介绍  4.零售服务质量的改进 | 1.如何按顾客需求划分零售服务  2.如何设计适宜的  3.如何有效改进零售服务质量 |
| 12 | 第十二章 零售企业的国际化 | 1.掌握主要零售国际化理论模型  2.熟悉零售企业国际化的战略发展模式  3.了解我国企业国际化历程  4.理解未来如何走好国际化道路 | 1.零售国际化理论模型  2.零售国际化战略模式  3.我国零售企业的国际化道路 | 1.评价零售企业国际化战略的优势和劣势  2.中国企业如何解决零售企业国际化过程中的问题 |
| 13 | 第十三章 新零售 | 1.掌握电子商务模式  2.理解大数据时代对零售企业信息化的影响  3.理解新零售的内涵及其模式  4.理解新零售未来发展趋势 | 1.大数据时代新零售发展面临的机遇和挑战  2.新零售的发展与内涵  3.新零售的趋势 | 1.如何将大数据应用于新零售  2.零售企业如何实现线上线下融合  3.如何把握新零售的发展趋势 |
| 14 | 第十四章 零售企业的低碳化经营 | 1.掌握低碳经济的含义  2.理解零售企业发展低碳经济的必要性  3.理解我国零售企业应如何实现低碳化发展 | 1.零售企业低碳发展的必要性  2.零售企业低碳化发展对策 | 1.低碳经济对零售企业的影响  2.零售企业如何做好低碳物流  3.零售企业应如何打造绿色供应链 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的**  **课程目标** |
| 1 | 第一章 零售概述 | 第一节 零售的相关概念 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第二节 零售业的发展历程 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第三节 零售业发展的相关理论 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 2 | 第二章 零售业态 | 第一节 零售业态的含义及分类 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第二节 有店铺的零售业态 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、4 |
| 第三节 无店铺的零售业态 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第四节 零售业态的发展趋势——全渠道零售 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3 | 第三章 零售企业经营战略 | 第一节 零售企业经营战略概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售企业环境分析 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标  1、2、3 |
| 第三节 零售企业总体战略 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第四节 零售企业竞争战略 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 4 | 第四章 商圈分析与选址决策 | 第一节 商圈及其影响因素 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 商圈分析 | 讲授 | 2 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 商店选址决策 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 5 | 第五章 零售组织与人力资源管理 | 第一节 零售组织概述 | 讲授 | 1 | 课程目标  1、2 |
| 第二节 零售企业组织结构的类型与发展趋势 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节 零售组织文化 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第四节 零售企业人力资源管理 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 6 | 第六章 商店布局与商品陈列 | 第一节 商店布局 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 商品陈列与橱窗 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 商店氛围 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 7 | 第七章 零售企业商品采购 | 第一节 商品采购概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售企业商品采购决策 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售企业商品采购过程 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第四节 零供关系 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 8 | 第八章 零售企业商品规划 | 第一节 商品分类与商品组合 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 商品结构的优化 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售企业自有品牌的开发 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 9 | 第九章 零售定价 | 第一节 影响零售定价的因素 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售定价目标和基本定价方法 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售定价政策与策略 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 10 | 第十章 零售促销 | 第一节 零售促销及其组成要素 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售促销组合 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售促销策划 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 11 | 第十一章 零售服务 | 第一节 零售服务概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售服务设计 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售服务质量的改进 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 12 | 第十二章 零售企业的国际化 | 第一节 零售业国际化理论模型 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 零售国际化战略模式 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节 我国零售企业的国际化道路 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 13 | 第十三章 新零售 | 第一节 大数据时代零售企业发展面临的机  遇与挑战 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 新零售的发展与内涵 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第三节 新零售的趋势 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标3、4 |
| 14 | 第十四章 零售企业的低碳化经营 | 第一节 零售企业低碳发展的必要性 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 零售企业低碳化发展对策 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关零售管理理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用零售管理理论知识和方法解决营销问题的能力 |
| 课程目标3 | 解决零售管理问题时具有创新性思维 |
| 课程目标4 | 有关零售管理前沿问题及相关实践的了解情况 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 15% | 考勤记录和课堂表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 15% | 教师批改的课程作业 |
| 期末考试 | 70% | 笔试，包含选择、名词解释、判断、简答、案例分析等题型，考核基本知识的掌握和运用情况 |