零售管理本科实践课程教学大纲

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 | 零售实务 | | |
| 英文 | Retailing | | |
| 课程代码 |  | | 课程性质 | 专业必修课 |
| 课程学分 | 1 | | 课程学时 | 16 |
| 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.  [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.  [4]曹湛.零售管理.北京：中国人民大学出版社，2014 | | | |
| 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 |

**（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。 |

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 | 1.零售企业经营战略 | 1.零售战略的策划流程  2.内外部环境的综合分析流程 | 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。 |
| 2 | 2.商圈分析与选址决策 | 1.商圈调研分析报告的制作  2.开店选址的实战技巧 | 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 |
| 3 | 3.零售组织与人力资源管理 | 1.零售企业的组织设计流程  2.零售企业人力资源的招聘与培训设计 | 1.零售组织结构设计要求和程序  2.零售企业人力资源管理的特点和内容 | 1.组织文化对零售企业发展的促进效应  2.零售组织如何推行有效的人力资源管理 |
| 4 | 4.商店布局与商品陈列 | 1.商店橱窗的设计  2.磁石理论在卖场布局中的运用 | 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  2.如何理解商品陈列的有效方式及效果 |
| 5 | 5.零售企业商品采购 | 1.商品配置表的制作流程  2.商业采购业务流程 | 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 |
| 6 | 6.零售定价 | 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 |
| 7 | 7.零售促销 | 1.卖场促销策划的设计流程  2.促销活动效果的评估技巧 | 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 |
| 8 | 8.零售服务 | 1.商店顾客的接待流程  2.顾客纠纷的处理 | 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 |

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 | 1.零售企业经营战略 | 第一节 零售企业经营战略概述 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售企业环境分析 | 实践 | 0.5 | 课程目标  1、2、3 |
| 第三节 零售企业总体战略 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第四节 零售企业竞争战略 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2 |
| 2 | 2.商圈分析与选址决策 | 第一节 商圈及其影响因素 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 商圈分析 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 商店选址决策 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 3 | 3.零售组织与人力资源管理 | 第一节 零售组织概述 | 实践 | 0.5 | 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 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2 |
| 第三节 零售组织文化 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2 |
| 第四节 零售企业人力资源管理 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2 |
| 4 | 4.商店布局与商品陈列 | 第一节 商店布局 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 商品陈列与橱窗 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 商店氛围 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 5 | 5.零售企业商品采购 | 第一节 商品采购概述 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售企业商品采购决策 | 实践 | 0.5 | 课课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售企业商品采购过程 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第四节 零供关系 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 6 | 6.零售定价 | 第一节 影响零售定价的因素 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售定价目标和基本定价方法 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售定价政策与策略 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 7 | 7.零售促销 | 第一节 零售促销及其组成要素 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售促销组合 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售促销策划 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 8 | 8.零售服务 | 第一节 零售服务概述 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 零售服务设计 | 实践 | 0.5 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 零售服务质量的改进 | 实践 | 1 | 课程目标1、2、3 |

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 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 实践表现 | 20% | 考勤记录和实践表现情况加分、扣分记录 |
| 实践小结 | 20% | 撰写实践小结与心得 |
| 实践成果 | 60% | 实践成果等 |