



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 (2019 级)

二〇一九年六月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、招生对象	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	2
六、课程设置	3
七、学时分配	6
八、教学进程总体安排	8
九、毕业标准	10
十、实施保障	11
附件 1 连锁经营管理专业人才需求调研报告	21
附件 2 连锁经营管理职业标准	29
附件 3 专业课程标准	30
《连锁经营管理》课程标准	30
《连锁企业采购管理实务》课程标准	36
《消费者行为实务》课程标准	42
《连锁企业门店运营管理》课程标准	50
《品类管理》课程标准	57
《跨专业综合实训》课程标准	61

一、专业名称及代码

专业名称：连锁经营管理

专业代码：630604

二、招生对象

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

高等职业学校学历教育修业年限为3年。

四、职业面向

所属专业大类	对应行业	主要岗位	业务工作	具体内容	职业资格证书或技能等级证书
财经商贸类	零售零售门店	储备店长	日场店务管理	店铺环境维护：确保店铺卫生达到公司要求，为顾客提供洁净的购物环境。	助理品类管理师、助理连锁经营管理师
			店铺陈列管理	日常维护门店内商品按规定和标准进行陈列。	
			财务管理	店铺的营业款和收银备用金要妥善保管。	
			货品管理	1. 收调入货：认真检查调入货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时入账； 2. 收公司配货：认真检查调入货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时入账； 3. 顾客退换货：认真检查货品及外包装，具体细节按《三包规则》处理。	
			客户服务管理	严格按照门店要求店内客户服务标准化、及时化，做好售后服务。	
		店长	店员管理	1. 带领员工完成店铺的销售指标； 2. 培养合作协调的团队气氛； 3. 对员工的行为、形象规范及考勤进行管理； 4. 安排员工工作班次、程序及内容。	
			财务管理	1. 收银安排：店长要保证收银时的物料供应，要指导并监督收银员的工作； 2. 店铺现金：店铺的营业款和收银备用金要妥善保管、安排。	
			货品管理	1. 出库： ①调出货： 保证调出货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时销账； ②退仓（退给分销商产品部门）： 保证退仓货品的质量及数量，脏、残、正品分开。正品要有原包装。并在账簿和分销系统内及时销账。	
				2. 入库： ①收调入货： 认真检查调入货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时入	

			<p>账；</p> <p>②收公司配货： 认真检查调入货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时入账；</p> <p>③顾客退换货： 认真检查货品及外包装，具体细节按《三包规则》处理</p>
		人员培训管理	<p>1. 安排人员接受必要的培训实践；</p> <p>2. 亲自训练员工，担当讲解、示范角色，并评估其绩效。</p>
		日场店务管理	<p>1. 销售： 要根据客观因素分解公司下达的任务指标，制作店铺月销售计划、周目标、日目标、班次目标、时段目标和个人任务分摊。并督促员工及时跟进，最终达成各项指标，保证销售重点时间的人员安排。</p> <p>2. 店铺环境维护： 检查确保店铺卫生达到公司要求，为顾客提供洁净的购物环境。</p> <p>3. 灾害预防及应对： 随时检查店内有无安全隐患，对水、火、电等系统要定期检查维护。</p> <p>4. 店铺例会： 每日营业前、后及交接班前、后要召开店铺例会，如遇特殊情况要及时召开临时会议。</p>
		店铺陈列管理	<p>1. 按照公司相关部门的规定和标准进行陈列，要指导并督促。</p> <p>2. 督导员工进行日常维护。</p>
		信息情报管理	<p>1. 了解企业在商场或街区的业绩排名和竞争品牌状况；</p> <p>2. 了解商场的最新动态：如柜位调整、撤柜情况、促销活动；</p> <p>3. 必须知道店铺的结帐周期、日期、对帐日期、开票日期及缴纳固定费用的日期等；</p> <p>4. 掌握商场及街区相关负责人的联系方式；</p> <p>5. 听取商场及街区负责人对本店的意见，并及时反馈给区域主管及公司相关部门；</p> <p>6. 传达公司各项资讯，解释并切实执行；</p> <p>7. 对公司的各项政策及制度要正面理解，并正确传达；</p>
		公共关系管理	<p>1. 与公司内部各部门接触；</p> <p>2. 店长是公司最基层的管理者，应明确了解各部门的职能，在工作中与各部门互相沟通、配合；</p> <p>3. 与公司外部机构接触及沟通：可代表公司做初步接触，清楚对方意图后要及时上报区域主管及公司相关部门，不可做任何承诺。</p>

五、培养目标与培养规格

（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、商品学等相关岗位知识；

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、统计综合分析能力。

六、课程设置

(一) 课程结构

公共基础课（13 门）	专业课（18 门）	专业拓展课（5 门）
国防教育与军事训练、入学教育	商品学	公关礼仪
思想道德修养与法律基础	连锁经营管理★	客户服务
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	市场营销	电商基础技能实训
大学语文	电子商务概论	管理学
应用数学	连锁企业配送管理	经济学基础
基础英语	零售数据分析与应用	
体育	消费者行为实务★	
形势与政策	品类管理★	
心理健康	连锁企业采购管理★	
安全教育	新媒体营销	
计算机应用基础	卖场陈列与布局	
大学生职业发展与就业指导	连锁门店运营管理★	
创新创业教育	情境营销	
	商品信息采集	
	跨专业综合实训★	
	跟岗实习	
	毕业设计（论文）	
	顶岗实习	

备注：标注“★”的课程为专业核心课程

（二）专业核心课程简介

课程名称	连锁经营管理	开设学期	第 2 学期		
课程代码	1500007	参考学时	64	学分	3

《连锁经营管理》课程是以我国连锁经营行业的发展为背景，以连锁企业运营管理过程为内容，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。

课程名称	连锁企业采购管理实务	开设学期	第 3 学期		
课程代码	1500045	参考学时	64	学分	3

《连锁企业采购管理实务》是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密切结合。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。

课程名称	消费者行为实务	开设学期	第3学期		
课程代码	1500029	参考学时	64	学分	3

《消费者行为学》是连锁经营管理专业的一门核心基础课。主要针对消费行为的影响因素分为内外两部分，将教学内容分为两大模块，模块一主要应用心理学原理分析消费者动机、认知、情感、学习、态度的形成及作用机制，帮助学习者在理解消费行为研究总体框架的同时，掌握各种心理现象的形成及作用机制，以便在营销实践中明确消费行为的研究内容；模块二主要应用社会学、社会心理学的基本原理分析群体、文化、创新等外在因素对消费行为的影响机制，帮助学生理解、掌握和利用这些外在因素制定相应的营销策略。

课程名称	连锁企业门店运营管理	开设学期	第4学期		
课程代码	1500056	参考学时	64	学分	3

《连锁企业门店运营管理》课程是一门面向连锁经营管理专业学生的专业核心课，是一门操作性和实用性都很强的课程。通过本门课程的学习，使学生对连锁经营管理知识及岗位划分有一个全面系统的认识。针对连锁经营业态中最为普遍客观的经营理念与工作岗位，课程从门店开发与设计、商品管理、收银管理、客户服务等几大模块展开，具体课程内容涉及商圈的调查，企业形象策划，门店店面设计，卖场布局，商品结构、采购、陈列、盘点、价格、促销、进货与存货管理，收银服务管理，门店防损原因及对策，生鲜防损，客户投诉管理等细分化内容。在教学效果上要求学生能够掌握连锁门店运营与管理的基本知识和基本能力，对现代连锁企业经营管理的理念、技术、方法及岗位标准在掌握信息的同时能够有自己的理解和见地，具备有一定的实际运营与管理能力。

课程名称	品类管理	开设学期	第3学期		
课程代码	1500094	参考学时	64	学分	3

《品类管理》是连锁经营管理专业的一门专业核心课程。根据连锁经营管理职业活动顺序，品类管理是整个连锁经营管理专业学习领域课程的重点实践领域。品类管理是连锁经营管理实际工作中先进的现代零售管理理念，通过本课程的学习和实践，使学生能够掌握品类定义、品类角色定位、品类评估、制定品类目标和选择品类策略的专业技能，能够熟练运用品类管理的五大战术，为今后从事连锁企业内部品类管理具体实施工作打下坚实的基础。

课程名称	跨专业综合实训	开设学期	第4学期		
课程代码	1500101	参考学时	52	学分	3

跨专业综合实训课程是运用软件系统模拟特定产业链环境下企业经营全过程中遇到的多类管理问题及业务工作。使学生体会在产业链环境下企业管理过程，体会从决策制定，计划管理到业务执行的全过程。

课程的价值在于通过在虚拟经营环境中的竞争性决策演练，培养学生对管理学知识的综合运用能力、对经营环境进行分析判断并做出决策的能力、竞争意识、组织协调能力和团队合作精神。本课程教学的指导思想是“教师为主导，学生为主体；理论联系实际，在仿真模拟实践中学知识、用知识、长本领”。

跨专业综合实训课程综合性、实践性较强，但需要以管理学作为其认识基础和理论基础，因此要求学习者具有必要的管理知识；此外课程中的具体工具涉及到大量的数理统计知识，因此学生应当在学好经济数学或者统计学的基础上才能理解和应用这些工具。因此，在学习课程之前，学生应该系统地学习过管理学原理、西方经济学、市场营销、战略管理、运营管理、财务管理、人力资源管理、统计学等课程。

七、学时分配

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		16	2	18	1	1	20	6	26
3		16	2	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	62	46	110	4	4	118	30	148

表 7-2 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	√	0+48
	1200009	思想道德修养与法律基础	A	14	2	20+8
	1200026	形势与政策	A	√	√	16+0
	1200012	心理健康	A	14	1	14+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
	1110046	大学语文	A	14	2	28+0
	1110044	应用数学	A	14	4	50+6
	1110049	基础英语	A	14	4	56+0
	1400007	体育	B	14	2	6+22
	0911001	计算机应用基础	B	14	4	12+44
	1500018	管理学概论	B	15	2	14+16
	1500010	商品学基础	B	14	4	28+28
	合计学时					
第二 学期	1200010	思想道德修养与法律基础	A	13	2	20+6
	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
	1110058	大学语文	A	16	2	32+0
	1110045	应用数学	A	14	2	22+6
	1110050	基础英语	A	14	2	28+0
	1400008	体育	B	14	2	4+24
1500007	连锁经营管理	B	16	4	32+32	

连锁经营管理专业人才培养方案

	1500085	市场营销实务	B	16	4	32+32
	1500083	电子商务基础	B	16	4	32+32
	1500066	电商基础技能实训	B	15	2	14+16
	1500100	情境营销实训	B	2	2W	0+52
	合计学时					
第三学期	1200037	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	16	2	24+8
	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
	1400009	体育	B	14	2	2+26
	1200028	形势与政策	A	√	√	16+0
		零售数据分析与应用	B	16	4	32+32
	1500072	消费者行为实务	B	16	4	32+32
	1500094	品类管理	B	16	4	32+32
	1500074	连锁企业采购管理实务	B	16	4	32+32
		新媒体营销	B	16	4	32+32
		创新创业教育	B	16	2	12+20
	1500092	商品信息采集与处理	B	2	2W	0+52
	合计学时					
第四学期	1200029	形势与政策	A	√	√	16+0
	2100006	安全教育	A	√	√	4+0
	1200038	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	16	2	24+8
	1200034	职业生涯规划与创业就业指导	A	15	2	20+10
		卖场陈列与布局	B	16	4	32+32
	1500056	连锁企业门店运营管理	B	16	4	32+32
	1500057	客户服务	B	15	2	14+16
	1500028	公关礼仪	B	15	2	14+16
		经济学基础	B	15	2	14+16
	1500062	连锁企业仓储配送管理	B	16	4	32+32
	1500101	跨专业综合实训	B	2	2W	0+52
合计学时						202+214=416
第五学期	2100007	安全教育	A	√	√	4+0
		跟岗实习	C	20	√	0+520
	合计学时					
第六学期	2100008	安全教育	A	√	√	4+0
		毕业设计（论文）	C	3	√	0+78
		顶岗实习	C	12	√	0+312
	合计学时					
合计	实践学时数		1762		总学时	2686
	实践学时所占比例		65.60%			

说明:

- 1.课程类型: A类(理论课) B类(理论+实践课) C类(实践课)
- 2.课程代码为教务管理系统中的课程代码,同一课程在不周学期开设使用不同代码。

八、教学进程总体安排

表 8-1 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 20周	第六学期 20周			
公共基础课程	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							3
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	64	48	16	过程考核+测试			2	2					3
	4	形势与政策	64	64		综合评价	√	√	√	√					3
	5	心理健康	14	14		综合评价	1								1
	6	安全教育	24	24		综合评价	√	√	√	√	√	√			1
	7	体育	84	12	72	过程考核+测试	2	2	2						4
	8	大学语文	60	60		过程考核+测试	2	2							3
	9	应用数学	84	72	12	过程考核+测试	4	2							4
	10	基础英语	84	84		过程考核+测试	2	4							4
	11	计算机应用基础	56	12	44	过程考核+测试	4								3
	12	大学生职业发展与就业指导	42	32	10	过程考核+测试	1			1					2
	13	创新创业教育	32	12	20	综合评价			2						2
小计			710	474	236		18	12	6	3	0	0		35	
专业课程	2	商品学	56	28	28	过程考核+测试	4								3
	3	连锁经营管理	64	32	32	过程考核+测试		4							3
	4	市场营销	64	32	32	过程考核+测试		4							3
	5	电子商务基础	64	32	32	过程考核+测试		4							3
	6														
	6														

连锁经营管理专业人才培养方案

	7	零售数据分析与应用	64	32	32	过程考核+测试			4				3
	8	消费者行为实务	64	32	32	过程考核+测试			4				3
	9	品类管理	64	32	32	过程考核+测试			4				3
	10	连锁企业采购管理	64	32	32	过程考核+测试			4				3
	11	新媒体营销	64	32	32	过程考核+测试			4				3
	12	卖场陈列与布局	64	32	32	过程考核+测试				4			3
	13	连锁门店运营管理	64	32	32	过程考核+测试				4			3
	14	连锁企业配送管理	64	32	32	过程考核+测试				4			3
	15	情境营销	52	0	52	过程考核+测试		2W					3
	16	商品信息采集	52	0	52	过程考核+测试			2W				3
	17	跨专业综合实训	52	0	52	过程考核+测试				2W			3
	18	跟岗实习	520	0	520	过程考核+测试					√		18
	19	毕业设计（论文）	78	0	78	过程考核+测试						√	4
	20	顶岗实习	312	0	312	过程考核+测试						√	18
小计			1826	380	1446		4	12	20	12	0	0	89
专业拓展课程	1	管理学	30	14	16	过程考核+测试	2						2
	2	电商基础技能实训	30	14	16	过程考核+测试		2					2
	1	客户服务	30	14	16	过程考核+测试				2			2
		公关礼仪	30	14	16	过程考核+测试				2			2
		经济学基础	30	14	16					2			2
小计			150	70	80		2	2	0	6	0	0	10
选修课程	1	公共选修课 1											1
	2	公共选修课 2											1
	3	公共选修课 3											1
	4	公共选修课 4											1
小计													4
合计			2686	924	1762		24	26	26	21	0	0	134

说明:

- 1.校内外集中实训、毕业设计、顶岗实习周学时按 26 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.公共选修课学时不计入总学时,只计学分。

表 8-2 可开设的非限定性专业选修课一览表

课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数	学分
金牌店长	理实一体	15	2	30	2
趣味经济学	理实一体	15	2	30	2
加盟与创业	理实一体	15	2	30	2

表 8-3 集中实践教学项目一览表

实践教学项目	开设学期	开设地点	教学周数	总学时数
情境营销	第二学期	电商运营工作室	2W	52
商品信息采集	第三学期	信息采集室、视觉设计工作室	2W	52
跨专业综合实训	第四学期	产业链虚拟仿真综合实训基地	2W	52

九、毕业标准

（一）学分要求

学生须修完本专业培养方案中公共学习领域课（35 学分）、专业学习领域课（89 学分）、拓展学习领域课（10 学分）、公共选修课（4 学分），总学分达到 134 学分。

必修课、公共选修课（其中面授选修课 1 门，网络选修课三门或 60 课时）成绩合格。

（二）素质要求

三年修业期间，素质拓展达到合格标准，取得学院颁发的素质评定证书。

（三）职业资格证书要求

毕业前需取得以下职业资格证书或技能等级证书。

类别	资格证（技能证）名称	考核等级	考核学期	要求	职业编码
通用资格	普通话等级证书	二级乙等			
	计算机等级证书				
职业资格	助理连锁经营管理师	助理			
	CCFA 注册品类管理师				

十、实施保障

（一）师资队伍

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 62%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 12%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	2	7	0	5

(1) 校内专任教师

连锁经营管理专业校内专任教师 8 人，其中副高及以上职称 1 人，讲师 2 人，助教 5 人；专业带头人 1 人，骨干教师 2 人；双师素质教师 8 人，中国连锁经营管理协会会员 1 名。

(2) 企业兼职教师

连锁经营管理专业企业兼职教师 5 人。其中，高级职称 2 人，中级职称 3 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 1:2:5；专任教师中硕士学位比例达 62%。

(二) 教学设施

校内实训室（基地）一览表

序号	实训室名称	配置			面积 m ²	工位 数	实践能力
		主要设备	单位	数量			
1	离散制造中心	产业链实训台	套	16	124.8		该实训室是以新商科创新复合人才培养为目标，基于商品产业链为背景，通过模拟生产过程中各种商业角色，让学生体验各类企业经营实战，实现商业环境下的仿真实训基地。通过将“理论知识”、“职业素养”，与“动手技能”的有机进行结合，从而训练学生的综合执行能力、综合决策能力和创新创业能力，培养学生全局意识和综合职业素养。
		实训实验台	套	2			
		实训柜	套	4			
		实训台	套	4			
		教学展示设备	套	1			
		投影仪	台	1			
		网络机柜	台	1			
		空调	台	1			
		稳压电源	台	1			
		交换机	台	1			
	sunmnet 电脑	台	18				

		实训项目		服务课程			
		跨专业综合实训		跨专业综合实训 零售数据分析与应用			
2	智慧贸易中心	产业链实训台	套	4	102 .4		
		营销实训台	组	4			
		实训实验台	套	3			
		教学展示设备	套	1			
		投影仪	台	1			
		打印机	台	1			
		空调	台	1			
		sunmnet 电脑	台	15			
		实训项目		服务课程			
		跨专业综合实训		跨专业综合实训			
3	商务谈判室	指挥桌	套	1	75		
		实训讨论台	套	1			
		指挥展示屏	套	1			
		网络呼叫系统	套	1			
		打印机	台	2			
		网络机柜	台	2			
		交换机	台	2			
		实训项目		服务课程			
跨专业综合实训		跨专业综合实训 公关礼仪					
4	物流综合实训室	全自动立体库	套	1	480	70	本实训室的实训设备能够充分满足物流管理专业的实践教学环节的需求，该基地包括物流管理信息系统，全自动出入库搬运设备、物流信息拣选设备，实现物流仓储的出入库作业、盘点作业、配送作业、流通加大等模块实训，构建仿真生产性的实训环境，提高专业实训教学水平和学生实践操作能力。
		阁楼式货架	套	1			
		电子标签货架	套	1			
		托盘组托实训设备	套	1			
		叉车	台	2			
		液压搬运车等工具	台	6			
		实训项目		服务课程			
		配送管理实训		配送管理实务；			
5	电商运营工作室	云终端	套	53	70	60	情境营销模块不仅训练学生的目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、成本核算与财务分析等基本专业技能，还进一步训练学生对充分竞争市场的综合判断分析能力。竞赛中选手将会用到经济学基础、商品学基础、市场营销基础、市场调查与分析、消费者行为学、推销技术、品牌策划、财务管
		电商实验台	套	53			
		教学展示设备	套	1			
		投影仪	套	1			
		多媒体教学软件	套	1			
		教师机	套	1			
		网络机柜	个	1			
		空调	套	1			

		稳压电源	套	1			理等课程的综合知识。
		交换机	台	1			
		交换机	台	1			
		实训项目	服务课程				
		情境营销	情境营销				
6	视觉设计工作室	云终端	套	53	70	60	视觉设计与信息采集工作室将电子商务基础教学、电子商务岗位技能、电子商务实操训练多方面教学内容相结合,旨在加强和培养学生电子商务信息采集、图片处理、美工、视觉实际等相关技能,通过媒体、信息、实物、实操等多种手段,结合企业需求和教学实际,让学生亲自参与操作、亲身体会和掌握电子商务运作中美工及视觉设计设计等岗位技能,从而达到契合岗位需求、提升专业技能的最终目的。实训室具备两大功能:商品信息采集功能、图片处理及美工功能
		电商实验台	套	53			
		教学展示设备	套	1			
		投影仪	套	1			
		多媒体教学软件	套	1			
		教师机	套	1			
		网络机柜	个	1			
		空调	套	1			
		稳压电源	套	1			
		交换机	台	1			
		交换机	台	1			
		实训项目	服务课程				
		商品信息采集与处理	商品信息采集与处理				
7	信息采集工作室	云终端	套	7	70	7	视觉设计与信息采集工作室将电子商务基础教学、电子商务岗位技能、电子商务实操训练多方面教学内容相结合,旨在加强和培养学生电子商务信息采集、图片处理、美工、视觉实际等相关技能,通过媒体、信息、实物、实操等多种手段,结合企业需求和教学实际,让学生亲自参与操作、亲身体会和掌握电子商务运作中美工及视觉设计设计等岗位技能,从而达到契合岗位需求、提升专业技能的最终目的。实训室具备两大功能:商品信息采集功能、图片处理及美工功能
		商品信息采集实验台	套	4套(8张)			
		展示柜	组	4			
		影视背景系统	套	1			
		背景纸	幅	1			
		静物拍摄微型影棚	套	7			
		影室闪光灯	套	14(400W)			
		影室闪光灯同步器	套	7			
		空调	套	1			
		实训项目	服务课程				
		商品信息采集与处理	商品信息采集与处理				

(三) 教学资源

1. 教材资源

教材是教学内容的载体,可以呈现教学大纲的内容,也可以体现教学方法。内容适度、结构合理的教材是教学质量保证的重要因素,建议从以下几方面加强教材建设。

(1) 校企合作共建“理实一体化”教材

专业组教师要联合企业一线技术专家，紧贴生产实际，合作完成教材编写。

教材要将真实项目引入教材，实现理论知识学习和实际应用一体化；教材要面向教学过程、结合学生实际合理设置理论教学和技能训练环节，实现“教、学、做”甚至是“教、学、做、考”合一。

教材以项目为核心，每一教学单元建议采用教学导航、课堂讲解、课堂实践、课外拓展的环节开展教学。教学单元结束后，通过“单元实践”进一步提升技能；相关课程结束后，通过“综合实训”提升学生的综合能力。

(2) 选用优质的国家级高职高专规划教材

充分利用多年来各出版社的教材建设成果，尤其是国家级“十二五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”、“21世纪高职高专教材”等精品教材、优质教材，根据本专业课程和教学要求选用合适的教材。

2. 网络资源

以信息技术为手段，以网络为平台，构建体系完善、资源丰富开放式的专业教学资源。同时要善于整合、消化、吸收企业优秀教学资源，使其实行共享。

网络资源需从以下几方面进行建设：

(1) 专业建设方案

专业建设方案包括：专业简介、专业人才培养方案、课程标准、教学文件等。

(2) 职业技能标准

- ①仓储管理员职业技能标准
- ②采购人员职业技能标准
- ③运输管理员职业技能标准
- ④货代职业技能标准
- ⑤报关员职业技能标准

3. 课程资源

(1) 基本资源。基本资源应包含课程简介、课程标准、教学大纲、授课计划、教案、多媒体课件、学习指南、习题、实验实训项目、电子教材、试题库等。

(2) 拓展资源。拓展资源是在基本资源基础上，面向学生和社会学习者扩展的自学、培训、进修、检索、科普、交流等内容，体现课程技术特点并向产业领域扩展。拓展资源包括素材库、培训包、工种包、企业案例、参考网站等。

(3) 课程视频。课程视频包括课程整体设计介绍、课程单元设计说明等课程设计

指导，课堂授课、现场教学、实训实习等教学场景，原理结构、工作过程、业务流程、操作步骤、技术细节、安全禁忌等内容。

4. 人文素养教学资源

(1) 品德德育教学资源库。包含思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、职业生涯规划与创业就业指导等课程的课程资源，思政网站等。

(2) 基础文化课教学资源库。包含本专业开设的高职语文、高职数学、高职英语、计算机应用基础、体育等文化基础课程的课程标准、教材、课件、案例库、习题库、视频资料等教学资源。

(3) 职业拓展教学资源库。包含本专业开设的心理健康、形式与政策、拓展学习领域课程及公选课等课程资源。

(四) 教学方法

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管理工作，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。一般采取听课、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

建立系级教学督导委员会。

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）教学评价

科学的教学质量评价体系是检验人才培养方案实施效果和修订人才培养方案的有效途径。本专业采取如下措施以保证教学评价的运行：

- A. 建立由物流企业和学院共同参与的教学质量评价运行机制；
- B. 建立学生综合素质的评价制度，并建立学生自评、互评和教师评价、企业评价、社会评价相结合的综合评价体系；
- C. 建立毕业生跟踪调查制度，完善企业对毕业生满意度调查、学生和家长对学校的满意度调查运行机制；
- D. 专业指导委员会负责对来自企业、家长、毕业生的质量评价结果进行分析，对人才培养方案进行整改与完善并用于新一轮人才培养过程。

（六）质量管理

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

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

我国连锁经营行业的迅猛发展不仅给连锁业带来了翻天覆地的变化，同时也深深地影响了与此相关的其他产业，为中国社会创造了无数的就业机会，推动和加快了中国经济与世界接轨的步伐。2017 年，当时的人力资源和社会保障部中国就业培训技术指导中心有关负责人介绍说，全国连锁行业的管理型人才缺口至少为 65 万，全国共有各类连锁门店约 13 万，占零售业和餐饮业总额的 25%，并且还在以年 35% 的速度发展。

就太原市而言，截至到 2018 年底，太原市连锁企业已经发展到 150 多家，连锁经营型店铺近 6000 多个，连锁销售总额超过 600 亿元，占全太原市社会消费品零售额的比重超过 35%，成为零售市场的主力业态。大型综合超市经营面积大、商品品种繁多、价格低廉，已经变成各方面资金进入太原连锁型市场的首选业态，形成了连锁经营业的领导地位。根据调查分析得知，全太原共有建筑面积在 5000 平方米以上、经营情况形成一定规范的大型综合超市百余个。

为了更好地贯彻“以市场为导向”的人才培养模式，更好地发挥高职教育为地方经济建设服务的作用，了解社会各单位对连锁经营管理人才的需求情况，明确我系连锁经营管理专业学生的培养定位，我们开展了连锁经营管理专业人才需求情况专项调研。通过调研，旨在为我院连锁经营管理专业在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、课程建设等方面提供可靠的依据。

（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）、深圳百果园实业有限公司等企业。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

参与调研的 15 家企业中，从事传统零售的企业有 9 家（包括便利店、超市、百货、大卖场），从事电器等行业的有 6 家（包括医药、电器等）。

15 家被调研企业中，拥有门店数量总数约为 1000 个，企业员工总数约为 30000 人，其中具有研究生及以上学历的员工约有 100 人，占总员工数的 0.21%；本科学历员工约有 2000 人，占总员工数的 4.46%；大专学历员工有 5000 人，占总员工数 13.61%；高中及以下学历员工为 20000 多人，占总员工数 81.72%。总体上代表太原连锁企业学历构成。

从太原市现有的连锁企业现状来看，存在着不同的岗位和层次的人才需求，这些连锁企业的岗位存在着一个共同的现象就是：中高层管理人员需求绝对量较高，但是

要求也很高，现有的毕业生在短期内很难达到，现成的人才又很难挖到，由于企业快速扩张的需要，普遍认为如果连锁经营管理专业的毕业生适应性和发展速度要更快一点，往往比其他专业的学生或其他途径的人员更快得到提拔和重用。连锁企业中高层管理人员是现在最难直接得到的人员，所以企业更关心可能的后备人选的提拔，也就很注重基层人员的高素质和高能力。

通过对美特好、百果园、苏宁、永辉超市、7-11 等企业的走访，发现企业对高职高专连锁专业的毕业生的定位为基层管理人员。也就是毕业生基本上是从基层岗位做起，逐步提升为基层甚至是中层的管理人员，但也有在顶岗实习中表现突出的同学毕业后甚至是在顶岗实习中就被直接提拔为管理人员。

通过调研发现，我市连锁企业对本专业高职毕业生的岗位人才需求主要表现为两大方面：门店管理人员和总部管理人员。门店管理人员的人才需求主要有：柜组长、门店部门主管、店长助理、店长；总部管理人员主要缺乏营运部门主管、品类主管、采购主管、网店开拓主管、以及特许经营部主管等岗位人才。

（二）企业对本专业人才的需求情况

1. 人才需求方面

调研发现，15 家企业在人力资源方面最大的问题是人才流失严重，同时，被调查企业数据显示，未来两三年计划开店情况每一家企业都在 10 家以上。门店的迅速扩张使得连锁经营企业对于人才的需求大幅增加，调查显示，2019 年有 45%的企业计划招聘人数达 30 人以上。企业普遍反映在发展过程中人才招聘难，需求量大，储备量大，归纳起来呈现如下特点：（1）基层管理人员、中层管理人员及一线员工最为缺乏，成为扩张的主要障碍，也是企业进行人才储备的主要方向。80%以上的企业表示有“招聘难”的现象。（2）店长、总监等高层管理人员成为最稀缺、最抢手资源。由于高层管理人员培养时间长，培养成本高再加上不可或缺，随着零售连锁企业不断地开店扩张，企业之间相互“挖角”现象时有发生。调查显示，有 80%的企业曾经有过“挖角”行为。（3）店长、采购人员、客服人员、物流管理及营销企划人员等岗位缺失严重。调查显示，有 70%以上的企业迫切需要营销或采购人才，60%的企业需要店长等管理类人才，45%的企业需要信息类人才，40%的企业需要防损类人员和物流人员。

随着零售连锁业的不断发展，连锁企业对专业人才的需求特别是对管理人员的储备性需求非常大。旺盛的行业需求，是高职连锁经营管理专业毕业生高就业率的有力保障。另外，零售行业进入门槛较低，一线服务人员的工资待遇没有优势。所以，高职连锁经营管理专业在人才培养的目标定位上应多关注学生的职业生涯发展，把人才

培养职业发展目标定位于企业中高层管理类岗位及岗位群。

2. 实践能力方面，各类型企业都在调查中反映出连锁经营管理专业应届毕业生的实际操作能力较差。因此在课程设计中应保证实践教学课时不低于总课时的 50%，并应加强实践教学内容的设计，注意校内模拟实践和企业岗位实践相结合，提升学生实践能力。

3. 校企合作方面，大部分企业虽然有校企合作意向，但连锁企业普遍对高职教育与教学关注较少，没有真正实现校企产学研的深度合作，而仅仅停留在用人需求上的合作。其中的原因有缺乏校企合作经验、缺少校企间交流沟通平台、校企合作体制不健全等多方面因素。尽管有诸多困难，但加强校企合作是高职教育改革发展的必由之路，也是专业建设的必由之路。连锁经营管理专业在建设过程中必须不断探索校企合作新模式，通过校企合作，使连锁经营管理专业在课程体系、课程教学组织、师资队伍建设等方面与企业岗位能力素质要求相一致，培养出企业需要的高素质技能型人才。

（三）岗位需求分析

1. 岗位需求分析

企业目前和今后对现有专业人才的需求量情况：零售业、餐饮业和服务业，是连锁经营发展最为成熟的三个主要方向。就太原市现有的连锁企业现状来看，存在着不同的岗位和层次的人才需求：零售业的店长、部门经理、商品管理和物流配送人员、安防人员、财务人员、收银员、营业人员等；服务业（以房屋中介为例）的店经理、销售经理、销售主管、小组长、销售人员、客服人员、置业顾问、策划人员、人力资源助理等岗位；餐饮业中的店经理、大堂经理、客户经理、服务经理、服务人员、财务人员、物流配送和商品采购管理等岗位。这些连锁企业的岗位存在着一个共同的现象就是：中高层人员需求绝对量低，但是要求很高，现有的毕业生在短期内很难达到，现成的人员又很难以挖到，但是普遍认为连锁经营管理专业的毕业生适应性和发展速度要更快一点，往往比其他专业的学生更快得到提拔和重用，连锁企业中高层管理人员是现在最难直接得到的人员，所以企业更关心可能的后备人选的提拔，也就很注重基层人员的高素质和高能力；中低层次人才也仍然大量的需要，但是对专业性的要求往往不是特别高，但即便如此，学生要很快适应也有一定的挑战性。保守估计，仅是在这几个主打行业中，需要的专业人才也是近万人。

但总体说来，基本上包括学历层次、基本素质、知识结构、能力结构、核心职业技能等方面的要求。

学历方面，连锁经营企业的中高层职位要求大专以上的学历，在太原市连锁企业

高端人才相对缺乏的现实状况下，多数企业变得更加务实，除了个别知名的大企业的高端职位外，企业的基层岗位，甚至一些企业的管理岗位们都以能力而非以学历作为最重要的指标；基本素质上，对于高职高专学生的基本素质表示认可，但认为需要提高一些职业素养方面的要求；由于是对连锁经营的专业进行的调查，因此，企业认为既然是专门的连锁经营管理专业的学生，则其知识结构、能力结构和核心职业技能这三个方面，应该也确实比其他专业的学生要求的更多，期望也更高，多数企业希望在就业前，连锁经营管理专业的学生，就应该对其将要从事的行业有特别的准备，比如零售业会希望学生在商品管理和门店运营方面有相关的知识储备。

2、连锁经营管理专业人才的素质能力要求

(1) 素质要求。通过统计数据分析，用人单位最为重视的素质包括：良好的协调和沟通能力，吃苦耐劳、有奉献精神以及团结友爱，有团队合作精神这几方面的素质。其次，自我学习能力、领悟与反应能力、创新能力，道德品质高尚和独立工作能力都有超过 50%的用人单位选择。

(2) 能力要求。根据数据统计分析，用人单位最重视的连锁经营管理专业高职毕业生的基本知识与能力包括销售能力、沟通协调能力、策划能力、计算机应用能力、市场调研能力、心里承受能力、物流配送等；其中，销售能力与策划能力、沟通协调能力等在用人单位的要求中占据主要位置，特别要提到的是有 90%的用人单位提到了有较强的心理承受能力，对一个连锁经营管理专业毕业生来说至关重要，因此在教学中要注意对学生的心理素质的培养。此外，根据统计数据分析及专家咨询意见，我们把企业最看重的能力分为通用能力、核心能力和专业能力。三者构成连锁企业人才胜任能力模型，三种能力在员工的不同职业发展阶段各有侧重，即职业初级阶段较注重专业能力和通用能力，随着职业生涯的发展，将更注重职业核心能力。

能力分类	能力体现
通用能力	沟通表达能力、合作能力、计划能力、基础管理、执行能力、服务意识、压力承受、诚实守信、尊重他人等、环境适应能力等
核心能力	敬业、团队协作、学习能力、深层次沟通、分析问题的能力、组织策划的能力、预见能力、谈判能力、解决问题的能力、强烈的求胜欲望等
专业能力	商业敏感、商品管理、数据分析、促销策划、运营管理、市场开发、谈判技巧等。

四、结论与建议

(一) 调研结论

1. 专业定位

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，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。

2. 人才培养目标和就业岗位

本专业就业岗位以连锁企业的基层门店的基础管理岗位为主，主要包括连锁零售企业的连锁门店基层管理、营销管理、基础营运和人力资源管理等岗位。

序号	岗位	岗位职责	具体内容
1	储备店长、店长	店员管理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 带领员工完成店铺的销售指标； ➢ 培养合作协调的团队气氛； ➢ 对员工的行为、形象规范及考勤进行管理； ➢ 安排员工工作班次、程序及内容。
		人员培训管理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 安排人员接受必要的培训实践； ➢ 亲自训练员工，担当讲解、示范角色，并评估其绩效。
		货品管理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 出库： 调出货： 保证调出货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时销账； 退仓(退给分销商产品部门)： 保证退仓货品的质量及数量，脏、残、正品分开。正品要有原包装。并在账簿和分销系统内及时销账。 ➢ 入库： 收调入货： 认真检查调入货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时入账； 收公司配货： 认真检查调入货品的质量及数量，并在账簿和分销系统内及时入账； 顾客退换货： 认真检查货品及外包装，具体细节按《三包规则》处理
		财务管理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 收银安排： 店长要保证收银时的物料供应，要指导并监督收银员的工作。 ➢ 店铺现金： 店铺的营业款和收银备用金要妥善保管、安排。
		日场店务管理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 销售： 要根据客观因素分解公司下达的任务指标，制作店铺月销售计划、周目标、日目标、班次目标、时段目标和个人任务分摊。并督促员工及时跟进，最终达成各项指标，保证销售重点时间的人员安排。 ➢ 店铺环境维护：

			<p>确保店铺卫生达到公司要求,为顾客提供洁净的购物环境。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 灾害预防及应对: 随时检查店内有无安全隐患,对水、火、电等系统要定期检查维护。 ➤ 店铺例会: 每日营业前、后及交接班前、后要召开店铺例会,如遇特殊情况要及时召开临时会议。
		店铺陈列管理	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 按照公司相关部门的规定和标准进行陈列,要指导并督促。 ➤ 员工进行日常维护。
		信息情报管理	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 了解百果园在商场或街区的业绩排名和竞争品牌状况; ➤ 了解商场的最新动态:如柜位调整、撤柜情况、促销活动; ➤ 必须知道店铺的结帐周期、日期、对帐日期、开票日期及缴纳固定费用的日期等; ➤ 掌握商场及街区相关负责人的联系方式; ➤ 听取商场及街区负责人对本店的意见,并及时反馈给区域主管及公司相关部门; ➤ 传达公司各项资讯,解释并切实执行; ➤ 对公司的各项政策及制度要正面理解,并正确传达;
		公共关系管理	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 与公司内部各部门接触: ➤ 店长是公司最基层的管理者,应明确了解各部门的职能,在工作中与各部门互相沟通、配合; ➤ 与公司外部机构接触及沟通:可代表公司做初步接触,清楚对方意图后要及时上报区域主管及公司相关部门,不可做任何承诺。

3. 人才培养规格

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) 具有敬业精神、诚实守信、勤奋踏实、责任心、吃苦耐劳、承受挫折、服务意识;

(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;

(4) 具有较强的适应能力、承受能力和人际交往能力;

(5) 具有学习能力、执行力、创新能力;

(6) 具有较强的适应能力、人际交往能力和团队协作能力;

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) 掌握客户服务、商品陈列、商品促销、收银管理、库存管理、防损管理、信息系统操作、报表分析、进货管理和市场调研等相关知识；

3. 能力要求

- (1) 能够进行客户服务、商品陈列、商品促销、收银管理、库存管理、防损管理、信息系统操作、报表分析、进货管理和市场调研撰写；
- (2) 能够进行网点开发与策划、市场分析、服务管理、营销管理、团队管理与建设；
- (3) 能够对品类管理、商品采购区域内门店运营；
- (4) 能够控成本和增长绩效；
- (5) 能够协调工作和上下级关系的能力。
- (6) 能够发现、分析和解决问题；

(二) 实施建议

1. 供需双方合作培养连锁基础岗位人才特征：校企双赢合作前景广，顶岗建基地订单班方式，设置“实训课程”更加实用有效

与企业合作培养企业所需人才，采用顶岗实习、建立实训基地和订单班这些企业可以接受的校企合作方式。毕业生顶岗实习时间为半年，在连锁零售企业顶岗实习期间，主要进行企业文化、操作技能、团队精神和职业道德的培训。

2. 应对毕业生就职工作困难：企业需求为导向，科学设置核心专业课程

以连锁零售企业需求来衡量毕业生就业知识和能力的不足，通过校企合作推行专业能力、职业能力、职业素养“三位一体”学习方式，弥补学生实践性和职业性的欠缺。学校应重点加强职业素养、合作协作、专业技能和公关礼仪课程。同时，还应强化营销策划、市场调查与预测、顾客服务、商品陈列、商圈分析与门店选址、卖场布局与设计 and 品类管理在等专业知识的补充。

附件 2 连锁经营管理职业标准

附件3 专业课程标准

《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	64	学分	3
授课时间	第二学期	适用专业	连锁经营管理、市场营销		
课程性质	基本能力课程				
先修课程	《管理学》、《商品学》				
后续课程	《连锁企业采购管理》、《卖场陈列与布局》、《品类管理》				

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、商品采购的监督和管理技术、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. 教学团队基本要求

课程组由“懂连锁、善教学、能咨询”的专任教师和“懂业务、能教学”的企业兼职教师构成。

2. 教学条件

普通教室、实训室。

3. 教学方法与手段

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。

4.教材选用

居长志：《连锁经营管理》，高等教育出版社，2018年版。ISBN: 9787040508178。

教材选择理由：

第一，从教材的时效性考虑，选择了2018年出版的“教育部高职高专规划”教材，因此教材中所有教学内容和案例都是2018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。

（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“职业资格证书”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。

《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	64	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	管理学、商品学、连锁经营管理	后续课程	连锁门店营运管理、连锁企业仓储配送管理		

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密切结合。通过本课程的学习，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终结性评价构成。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"> 1. 能够说出采购的概念 2. 能够描述采购管理的职能和目标 3. 能够设计简单的采购组织机构 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握采购的概念; 采购的类型、一般采购过程; 2. 掌握采购和采购管理的区别 3. 采购管理的职能和目标 4. 采购组织机构与管理制度的 	理实一体	8
项目 2	选择采购模式	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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 	理实一体	10

			本概念 3. 掌握招投标的相关概念		
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，2016

(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，2016

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	64	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	专业核心课程				
先修课程	市场营销学、管理学	后续课程	客户服务、公关礼仪		

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，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

课程内容	教学任务	学习目标	教学方法	课时
模块 1 认识消费者行为分析	重点 消费者行为的内容 消费者行为分析模型 难点 消费者行为分析模型	1. 掌握消费者行为的内容 2. 理解研究消费者行为分析的意义 3. 了解消费者行为研究的产生和发展	问题引导 结合多媒体和教师课件讲授 案例分析	4
模块 2 消费者购买决策	重点 消费者行为分析的基本框架（70） 消费者购买行为类型 消费者购买决策过程 难点 消费者购买行为的类型 消费者购买决策过程	了解消费者行为分析的基本框架（70） 理解消费者购买行为的类型 掌握消费者购买决策的步骤 能分析和评价消费者购买决策过程	问题引导 结合多媒体和教师课件讲授 案例分析	16
模块 3 影响和决定消费者行为的个人与心理因素	重点 消费者感觉、知觉、情感、态度等概念 需要、动机理论 消费者的个性、自我概念与生活方式 难点 消费者态度 消费者自我概念	理解消费者的知觉过程、注意及其影响因素 了解消费者学习的基本方法 了解关于学习、记忆的基本特性 运用所学的有关理论来激发消费者的购买动机 运用所学的有关理论激发消费者的购买的心理状态 运用所学的有关理论来激发消费者的购买的行为 运用所学的有关不同消费者群划分的知识来细分市场	问题引导 结合多媒体和教师课件讲授 案例分析	16

<p>模块 4 影响消费者行为的外部因素</p>	<p>重点 文化对消费者的影响 群体因素对消费者行为的影响 企业营销活动与消费者行为 难点 文化对消费者的影响 群体因素对消费者行为的影响</p>	<p>运用所学的有关文化和社会阶层的知识来分析市场和预测消费者购买行为 运用所学的有关社会群体的相关知识来分析消费者的行为 运用所学的有关家庭成员的关系以及购买决策来分析消费者的购买行为 运用所学的不同阶层的购买行为来进行系统分析 熟悉情境及其构成，消费者的情境类型。</p>	<p>问题引导 结合多媒体和教师课件讲授 案例分析</p>	<p>16</p>
<p>模块 5 消费者体验与消费者满意</p>	<p>重点 消费者体验与体验营销 消费者满意 顾客忠诚 难点 体验营销 顾客忠诚</p>	<p>理解消费者体验、消费者满意、消费者忠诚的概念。 了解体验营销的模式、影响品牌忠诚的因素。 掌握影响消费者满意的因素及消费者期望-实现度模型，明确如何处理消费者抱怨</p>	<p>问题引导 结合多媒体和教师课件讲授 案例分析</p>	<p>12</p>

六、课程实施建议

(一) 教学建议

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

本课程的考核由过程考核和结果考核两部分组成。

考核方式	过程考核 40%		结果考核 60%
	课堂表现	课后作业	
	16	24	60
考核实施	由教师根据学生表现集中考核。	由教师根据作业成果情况进行打分。	试卷考核

七、需要说明的其他问题

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。

《连锁企业门店运营管理》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	连锁企业门店运营管理				
课程代码	1500056	学时	64	学分	3
授课时间	第四学期	适用专业	连锁经营管理		
课程性质	专业核心课程				
先修课程	《连锁经营管理》、《零售数据分析与应用》、《品类管理》				
后续课程	《跟岗实习》、《顶岗实习》				

二、课程定位

《连锁企业门店运营管理》课程是一门面向连锁经营管理、营销与策划专业学生的专业核心课，是一门操作性和实用性都很强的课程。通过本门课程的学习，使学生对连锁经营管理知识及岗位划分有一个全面系统的认识。针对连锁经营业态中最为普遍客观的经营理念与工作岗位，《连锁企业门店运营与管理》从门店开发与设计、商品管理、收银管理、客户服务等几大模块展开，具体课程内容涉及商圈的调查，企业形象策划，门店店面设计，卖场布局，商品结构、采购、陈列、盘点、价格、促销、进货与存货管理，收银服务管理，门店防损原因及对策，生鲜防损，客户投诉管理等细分化内容。在教学效果上要求学生能够掌握连锁门店运营与管理的基本知识和基本能力，对现代连锁企业经营管理的理念、技术、方法及岗位标准在掌握信息的同时能够有自己的理解和见地，具备有一定的实际运营与管理能力。

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。

本课程的教学资源设计和课程内容的组织为“基于工作过程模块”+“基于知识体系模块”。按照一般连锁企业门店岗位设置，以工学结合为中心，直接面向就业岗位，通过任务驱动、项目导向、创设工作情境等教学手段，将教学内容按照“连锁企业拟开设一家门店——门店选址设计——店内布局摆设——门店岗位设置——门店各岗位职责与能力”整套门店运营管理过程为总计教学设计，在这一模拟过程中将教学内容

分为几个知识模块进行教学，并注重在校内实训基地或校外实训基地中进行实践操作，最大程度的体现教学内容灵活性和针对性，体现课程弹性结构，培养学生综合职业能力、提升学生综合素养。

四、课程目标

《连锁企业门店运营与管理》的特色主要在于系统性、实用性、可操作性、时效性等方面，力争做到知识全面系统、结构完整、理念新颖、目标具有针对性。连锁经营的三大特点就是专业化分工，标准化运作，简单化管理。连锁企业门店营运与管理就是一个专业化、标准化的管理过程。

（一）能力目标

1. 岗位专业能力：

连锁企业市场定性、定量分析的能力；

连锁企业综合管理的能力；

连锁门店商品销售的能力；

连锁门店收银、理货的能力；

连锁门店财务管理的能力。

2. 行业通用能力：

与人交流的能力；

与人协作共事的能力；

分析问题、解决问题的能力；

创新的能力；

获取信息，自我学习的能力；

使用电脑等现代化手段处理信息的能力；

外语口头表达、文字表达的能力。

3. 核心能力：

连锁门店店长（包括副店长、柜长、组长）的综合管理能力；

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；

连锁门店商品销售（含店内坐销和店外行销）的能力；

连锁门店物流管理及仓储配送的能力；

连锁门店信息管理（含收银、对账、盘点、报表分析）的能力；

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，包括招标投标采购技术、商品采购的监督和管理技术、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。

（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. 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	学时
1	连锁企业门店运营管理概述	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据连锁企业门店经营技能特点和方法，完善自我知能结构 2. 能根据企业要求开办不同类型门店，独立进行商圈选择与规划 3. 能独立进行门店开业策划 4. 能够领会企业总部精神，贯彻执行总控；培养并逐步树立组织系统宏观管理眼光 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握连锁企业门店的功能、特征、类型 2. 掌握连锁企业门店运营管理的意义和内容 3. 掌握连锁企业门店运营管理的主要内容；掌握门店执行总部标准的主控内容 4. 掌握连锁企业门店开发与开业管理 	4
2	连锁企业门店卖场的规划与设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够独立完成连锁企业门店卖场外部规划设计 2. 能够独立完成连锁企业门店卖场内场规划设计 3. 能够独立完成并品评门店卖场内貌布局管理，运用磁石理论进行区域划分及产品设置 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握连锁门店卖场规划的作用与原则 2. 掌握连锁企业门店卖场环境的组成要素（外观与内貌） 3. 掌握连锁企业门店的外部规划（店面、出入口、招牌、橱窗） 4. 掌握门店卖场内貌设计（地面、通道、气氛、色彩、照明） 5. 掌握门店的卖场布局管理方式，根据不同超级市场类型，熟悉运用布局磁石理论。 	6

3	连锁企业门店的商品陈列	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够针对不同类型门店卖场中商品配置进行结构策略与组合策略配置 2. 能够再理解并熟练运用门店商品陈列功效、原则及工具的基础上, 针对不同类型的商品进行有效有序优化陈列配置与陈列维护 3. 能够独立完成或填写一般商品配置表 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握门店卖场商品配置的结构策略与组合策略 2. 掌握门店商品陈列功效、原则及工具 3. 掌握门店不同类型商品陈列的基本方法与陈列维护方法(日配品、日杂品、果蔬品、水产品、一般商品陈列) 4. 一般掌握商品配置表的功能与制作 	6
4	连锁企业门店店长的规范化作业管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够针对门店店长、副店长两种岗位进行个人职业素质准备 2. 能够在日常运营中, 以门店店长视角对门店中人员、商品、现金、报表等运营要素进行有效管理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握连锁门店店长岗位职责与工作规范, 了解店长的作业流程 2. 掌握连锁门店副店长岗位职责与工作规范, 了解副店长的必备素质 3. 掌握门店店长规范化管理中的人员、商品、现金、报表管理 	6
5	连锁企业门店理货作业与设备的使用管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够了解并掌握理货员的职业道德与岗位职责, 及其岗位工作的一般工作流程 2. 能够针对不用门店日常设施进行使用与维护 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握理货员的职业道德与岗位职责 2. 掌握理货员的工作内容与工作流程 3. 掌握门店日常设施的使用与维护, 如制冷设备、冷藏冷冻柜、食品陈列柜、制冰机、冷库、日光灯等设备维护 	6
6	连锁企业门店收银作业管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够了解收银员岗位的工作范围、标准、职责与规范内容 2. 能够独立完成收银员自营业前至营业结束后的一系列作业流程与规范 3. 能够熟练运用 POS 收银机进行规范化操作, 并对其的维护与保养有一定了解 4. 清楚收银主管岗位的职责与要求, 掌握收银主管在日常监管中的管理重点 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解收银员的工作范围与标准、掌握收银员的工作职责与服务规范 2. 掌握收银员的营业前、营业中、营业结束后的一般作业流程与规范 3. 掌握收银工具 POS 机的操作规程及其维护与保养方法 4. 了解收银主管的工作职责与能力要求, 掌握收银主管对收银作业管理的重点内容, 清楚主管对收银员工作的检查重点在哪里, 并进行错误纠正 	8
7	连锁企业门店促销管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解门店商品促销的作用、类型、工具, 及门店进行促销时候内容的设置重点 2. 熟练掌握门店卖场商品促销的九种方式并实际运用效果良好 3. 能够熟练掌握店内 POP 广告种类并进行 POP 促销 4. 能够对整体门店促销活动流程进行管理掌控, 并进行有效评估 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握门店商品促销的作用、类型、工具与促销重点在何处 2. 掌握门店卖场商品促销方式(堆头、端头、捆绑、连环、特价、DM、节日、主题、其他共九种) 3. 熟练掌握店内 POP 广告的种类, 了解 POP 促销作用 4. 掌握门店促销活动中策划、实施、效果评估三环节的管理 	4
8	连锁企业门店营业现场服务管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够一般掌握服务与服务规范的概念与特点; 区别掌握门店营业场务人员的基本素质与礼仪规范 2. 能够在掌握顾客心理过程基础上掌握营业员接待顾客的步骤, 顺利完成营业作业 3. 能够熟练运用接待服务语言技巧及规范化礼貌用语 4. 能够有效防止与排除营业员与顾客的冲突 5. 了解并熟悉顾客投诉及类型, 迅速进入到顾客投诉意见处理系统, 进行有效处理, 拉近客户关系, 提升满意度 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一般了解服务与服务规范的概念与特点 2. 掌握门店营业现场服务人员的基本素质要求与礼仪规范 3. 在了解顾客购物的心理过程基础上, 掌握营业员接待顾客的步骤 4. 掌握营业员接待服务语言的特征、用语基本要求、常用语言技巧及礼貌用语形式 5. 掌握营业员与顾客冲突的防止与排除方式方法 6. 一般了解顾客投诉意见的主要类型, 掌握对于顾客投诉的处理方式、原则 7. 掌握顾客投诉意见处理系统的建立方式、步骤; 了解顾客关系管理制度 	6
9	连锁企业门店防损与安全管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够再日常运营中进行商品损耗管理, 有效预防损耗 2. 能够对于安全事故发生来源重点关注并及时排查 3. 能够重点检查门店安全管理项目, 建立有效安全管理小组 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握连锁门店商品损耗的原因并能进行损耗预防 2. 掌握门店安全管理重点项目, 熟悉安全事故可能发生的主因与来源 3. 掌握门店安全管理小组建立流程 	4

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教学方法与手段：

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“门店运营管理教学平台”，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“门店运营管理教学平台”，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。

2. 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；

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。

3. 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，还可以取得推销员资格证、POS 收银员资格证等相关证书。

（二）考核建议

1. 注重评价的多元性，结合平时纪律、工作主动性、知识掌握情况、项目完成情况综合评价学生成绩。

2. 注重过程考核，注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，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。

3. 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。

4. 量化课程考核评价实训项目

学习情境	单项任务考核评价				综合任务考核评价		
	任务名称	得分	占总成绩分值比	实得分	得分	占总成绩分值比	实得分
连锁企业门店卖场的规划与设计	卖场选址、商圈调查报告	40	40%	40	5	5%	5
	撰写门店卖场规划的可行性报告	60	60%	60	10	10%	10
连锁企业门店的商品陈列	商品分类及陈列	40	40%	40	5	5%	5
连锁企业门店店长的规范化作业管理	店长规范化作业管理章程设计	30	30%	30	5	5%	5
连锁企业门店理货作业与设备的使用管理	商品理货、生鲜管理、冷冻设备使用及维护	30	30%	30	5	5%	5
连锁企业门店收银作业管理	收银员作业流程实操	100	100%	100	10	10%	10
连锁企业门店促销管理	门店实际促销流程规划、	50	50%	50	5	5%	5
	提交效果报告书	50	50%	50	5	5%	5
连锁企业门店营业现场服务管理	现场服务流程实操	100	100%	100	5	5%	5
连锁企业门店防损与安全管理	安全注意事项流程实操	100	100%	100	5	5%	5
	门店生鲜防损事项实操						
课程总成绩=∑单项任务考核实得分+综合任务考核实得分							

七、需要说明的其他问题

本课程用到的教学材料包括：教材、电子教案、多媒体课件、案例操作示例文件等电子版资料。

1. 教材选用

从教材的成熟度考虑，选择了高等教育出版社的《连锁门店运营与管理》，此教材中所有教学内容和案例都是比较成熟具有代表性的资料案例，确保了案例突出代表性。

2. 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。

3. 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。

《品类管理》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	品类管理				
课程代码	1500094	学时	64	学分	3
授课时间	第三学期	适用专业	连锁经营管理、市场营销、电子商务		
课程性质	专业核心课程				
先修课程	管理学、商品学、连锁经营管理、市场营销				
后续课程	卖场陈列与布局、连锁门店营运管理				

二、课程定位

《品类管理》是连锁经营管理专业的一门专业核心课程。根据连锁经营管理职业活动顺序，品类管理是整个连锁经营管理专业学习领域课程的重点实践领域。品类管理是连锁经营管理实际工作中先进的现代零售管理理念，通过本课程的学习和实践，使学生能够掌握品类定义、品类角色定位、品类评估、制定品类目标和选择品类策略的专业技能，能够熟练运用品类管理的五大战术，为今后从事连锁企业内部品类管理具体实施工作打下坚实的基础。

品类管理对应的国家有关部门组织的资格考试有：注册品类管理师。

三、课程设计思路

(一) 学习领域设计理念

本课程是以“理实一体化”教学思想为指导，以工作任务为导向，以岗位职业能力为目标，以技能训练为核心，充分利用各种教学资源，选取符合连锁经营管理工作岗位所要求的品类管理知识、素质与能力为教学内容，进行教学优化和改革。本课程旨在实现把合适的教学内容，通过有效的教学方法和途径，教给适合连锁经营岗位需求的专业学生，突出学生职业能力和职业素养的培养，提高学生的综合素质、就业竞争能力和社会适应能力。

(二) 设计思路

按照连锁行业品类管理主管、品类管理经理、品类管理总监工作内容的深入分析，总结品类管理岗位技能和从业人员的职业标准，以此为依据设计教学内容和教学活动，实现与职业标准的无缝对接。

通过对实际岗位工作进行任务分解，归纳得到典型工作任务，再设计若干学习任务，以学生为主体，以教师为主导，通过课业学习训练以完成学习情境，培养学生基本的职业素质、职业道德、职业情感和职业能力。

本课程根据实施品类管理的八大工作流程，将课程内容整合为五大教学任务：品类定义与品类角色定位、品类评估与品类目标制定、品类策略的确定、品类战术制定、品类管理实施与回顾。

四、课程目标

本学习领域通过以情境化、项目制为特色的理论实践一体化学习，将连锁卖场开发与设计工作过程知识系统地融于活动全过程。教学内容按照品类管理的工作流程划分为相互关联的若干学习情境，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情境中的一个个项目转换成相对独立的工作任务交予学生独立完成。从而培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。具体体现为：

根据连锁企业品类管理要求，学会定义品类与品类角色；进行品类评估，制定品类目标；学会确定适合的品类策略；熟练运用品类管理战术；掌握品类管理实施与回顾的具体方法。

项目	能力目标
社会能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 交流沟通能力。能从容交谈、发言、讨论、演讲报告和书面表达。 2. 合作能力。树立团队意识。 3. 问题处理能力。能够掌握计划、制定计划、调整计划、检查效果、控制调度。 4. 创新能力。创新、执行任务、完成任务、达到目标。 5. 工作态度。诚信敬业的工作作风，科学严谨的工作态度
专业能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够为连锁企业制定商品组织结构表、配置单品组合、定位品类角色 2. 能够进行品类评估、制定品类目标 3. 能够制定适合的品类策略 4. 能够制定商品组合、空间管理、商品定价、商品促销、供应链管理等品类战术 5. 能够进行品类管理实施和品类管理回顾
方法能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培养学生洞察能力，能正确分析零售商、供应商及顾客的心理活动 2. 培养学生勤于思考、做事认真的良好作风 3. 培养学生工作学习的主动性 4. 培养学生探索求新的能力

五、课程内容及要求

学习情境及子情景		课时
品类定义与品类角色定位	商品组织结构表制定	3
	商品组合单品配置	3
	品类角色定位	3
品类评估与品类目标制定	品类评估	3
	品类目标制定	3
品类策略的确定	品类策略的确定	3
	策略向战术的转化	3
品类战术制定	高效的组合	3
	高效的空间管理	3
	高效的定价	3
	高效的促销	3
	高效的供应链管理	3
品类管理实施与回顾	品类管理实施	3
	品类管理回顾	3

六、课程实施建议

（一）课程实施建议

以完成模拟项目小组的各项品类管理的工作任务为教学内容，使学生学会如何完成工作任务。知识、技能学习结合职业工作任务完成过程来进行。

围绕工作任务学习的需要，以典型产品或服务为载体设计“工作项目”，实行理论与实践一体化教学，而不是把理论课与实践课分离开来。共性的理论知识课由教师集中讲解，但应该根据职业活动需要，安排学生进行讨论、辩论，已形成自我的经验整合。

教学过程中，教师应积极引进企业实践项目，组织学生共同完成，以提升学生的工作实践能力。

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。

从教材的成熟度考虑，选择了高等教育出版社的《连锁门店运营与管理》，此教材中所有教学内容和案例都是比较成熟具有代表性的资料案例，确保了案例突出代表性。

（二）考核建议

1. 考核方式、内容与所占比例：

以职业工作项目为导向，采用形成性评价与总结性评价相结合的方式，通过平时作业、业务操作、实训报告、实际业绩等方式的考核形成重要的形成性考核评价依据，特别强调实践性教学环节的考核。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。

在形成性评价过程中充分挖掘学生的学习主动性、积极性及创新精神，注重学生职业素养与职业能力的提升。同时结合形成性评价，构筑起完整的新型教学评价方式。

《跨专业综合实训》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	跨专业综合实训				
课程代码	1500086	学时	52	学分	
授课时间	第4学期	适用专业	物流管理系专业		
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	《管理学》、《市场营销学》、《经济学》《连锁企业仓储配送管理》、《市场调查与预测》	后续课程	《职业生涯规划与创业就业指导》、《安全教育》《企业实训》		

二、课程定位

综合仿真实训课程是运用软件系统模拟特定产业链环境下企业经营全过程中遇到的多类管理问题及业务工作。使学生体会在产业链环境下企业管理过程，体会从决策制定，计划管理到业务执行的全过程。

企业综合仿真课程的价值在于通过在虚拟经营环境中的竞争性决策演练，培养学生对管理学知识的综合运用能力、对经营环境进行分析判断并做出决策的能力、竞争意识、组织协调能力和团队合作精神。本课程教学的指导思想是“教师为主导，学生为主体；理论联系实际，在仿真模拟实践中学知识、用知识、长本领”。

仿真实训课程综合性、实践性较强，但需要以管理学作为其认识基础和理论基础，因此要求学习者具有必要的管理知识；此外课程中的具体工具涉及到大量的数理统计知识，因此学生应当在学好经济数学或者统计学的基础上才能理解和应用这些工具。因此，在学习课程之前，学生应该系统地学习过管理学原理、西方经济学、市场营销、战略管理、运营管理、财务管理、人力资源管理、统计学等课程。

三、课程设计思路

综合仿真实训课程是运用软件系统模拟特定产业链环境下企业经营全过程中遇到的多类管理问题及业务工作。使学生体会在产业链环境下企业管理过程，体会从决策制定，计划管理到业务执行的全过程。课程包括产业链环境下多类型企业经营仿真模拟以及能力认知识别两部分内容。

第一部分是在一个产业链各个环节都存在竞争的市场环境，由学生组成企业管理团队，分别担任企业的总经理和几大职能部门的经理，在分析企业自身和竞争对手状况的基础上，应用管理学知识，分期对企业的生产、营销、财务、人力资源与战略制

定决策，模拟系统根据模拟的市场环境和各个公司的决策，反馈各个公司当期的经营结果；经过多期决策之后，按企业的经营绩效给出总体评价。过程中，通过主题学习，深刻理解大学专业课程在企业经营过程中的价值，如要让学生学会采集数据，掌握运用 EXCEL 建模解决企业经营决策方法，能解决经营管理中的风险决策问题，比如风险投资、项目评估、证券市场投资策略评价、库存管理、随机服务系统管理等问题。这些问题是企业管理者经常遇到、但又不使用普通数学规划解决的问题。

第二部分是让学生在此过程中，加深对社会、产业、企业、岗位的认知以及对自我能力的认识。

四、课程目标

（一）能力目标

能根据岗位能力要求和组员的专业特长以及性格特征准确进行模拟企业的角色分配。

能运用企业经营模拟的规则经营模拟企业。

能应用 SWOT、波特的五力竞争模型等方法制定企业的发展战略。

能对市场发展情况进行分析，并根据企业发展战略选择合适的目标市场，并制定企业的营销策略。

能根据企业的产能情况进行合理定价和制定广告与促销方案。

能根据企业经营的实际情况进行财务预算，并依据预算合理为企业发展筹集资金和控制现金流；能依据经营情况编制利润表和资产负债表等会计报表。

能依据企业战略和销售订单情况进行新产品的研发和制定生产计划，并组织产品生产。

能依据生产计划制定原材料采购计划并控制材料库存。

能有效进行竞争对手分析，为企业决策提供信息支持。

能依据财务报表进行财务指标分析，并优化企业的财务结构。

（二）知识目标

掌握模拟企业中各个角色承担的任务和责任；掌握企业经营模拟的基本规则。

了解企业组织结构和各部门的岗位职责。

了解市场预测基本要素，掌握市场预测的方法和市场预测的步骤。

了解 SWOT 的特点、内容、适用范围，掌握 SWOT 工具在企业战略规划中的应用，了解波特五力分析模型的特点、内容、适用范围，掌握波特五力分析模型工具的一般使用。

了解市场调查的基本方法，掌握市场分析和定位的基本方法；了解市场开拓的意义，掌握市场开拓的影响因素。

明确企业经营模拟中财务预算的重要性，了解财务预算的概念，掌握财务预算的方法。

了解生产制造的概念、特点和内容；了解开发新产品的含义、流程；掌握企业经营模拟中应如何开发新产品。

了解原材料采购计划的概念、内容和制定方法。

了解竞争情报的含义，掌握竞争情报的收集内容和收集方法；了解竞争情报分析方法，掌握波士顿矩阵分析法。

掌握模拟企业的经营战略，了解博弈分析的基本理论，掌握博弈分析的基本方法；了解产品研发的影响因素，掌握产品研发的博弈分析技术；掌握产销平衡分析技术。

掌握基本财务指标分析的概念、内容和方法；明确企业经营模拟过程中财务分析的重要性；掌握综合财务分析的概念、内容和方法。

（三）素质目标

具有较强的沟通能力。

具有较强的团队协作能力。

具有良好的经营职业道德。

创新经营能力。

五、课程内容及要求

编号	时间点	名称	前导任务	任务时长	任务类型	参与人	需求资源	目标教学任务
01	课程前一天	教师培训--课程介绍	----	1 小时	老师参与任务	参与老师、主讲老师	投影、话筒	1.课程价值介绍。 2.业务数据大环境梳理。 3.课程组织形式。
02	课程前	教师培训--规	01	2 小时	老师参与任务	参与老师、主讲老师	投影、话筒、至少 10 台 pc	1.业务流程概念讲解。 2.各公司重点规则提炼。

	一天	则讲解					机、仿真系统	3.各公司业务操作熟悉。
03	课程前一天	教师培训--教师联合演练及答疑	02	3小时	老师参与任务	参与老师、主讲老师	投影、话筒、至少10台pc机、仿真系统	1.老师分组进行业务演练。 2.主讲老师指导进行演练。 3.演练完成至少2个月业务。 4.演练不需要业务单据流程。 5.指导汽车拼装。
04	课程前一天	软件安装测试	-----	5小时	老师参与任务	指导老师 实验室老师	综合仿真系统、k3财务系统、(K3要求xp、win7旗舰系统)。	1.安装并测试仿真系统软件。 2.安装并测试财务系统软件。 3.网络测试、并保证网络流畅。
05	课程前一天	资料耗材准备	----- -	1小时	老师参与任务	主井老师、实验室老师	-----	1.清单印章乐高等耗材。 2.清点票据。 3.准备或打印所需合同和规则。
06	开课第一天上午	启动大会	05	1小时	老师参与任务	参训学生、主讲老师	大教室或大礼堂(能容纳本轮参训学生)、投影、话筒。	1.让学生初步认识课程、包括内容、组织形式以及意义等。 2.领导做指导发言。 3.授课老师做课程考核方案和纪律阐述。
07	开课第一天上午	管委会培训	06	30分钟	老师参与任务	管委会同学、参训老师	仿真软件、小教室或者管委会办公室。	1.选出管委会主任。 2.安排各部门人员。 3.梳理管委会第一天主要工作。
08	开课第一天上午	管委会物料发放	07	2小时	老师布置任务	管委会同学	实训物料	1.管委会按照清单发放单据、合同、印章等。 2.管委会梳理整理耗材。
09	开课第一天	布置文化墙任务	08	-----	老师布置任务	全体同学	卡纸	1.让所有公司做好自己公司的企业文化墙。 2.文化墙需包含。 3.企业名称和logo。 4.企业文化和介绍。

连锁经营管理专业人才培养方案

	上午							5 企业组织架构。
10	开课第一天上午	做初始化设置和课程方案选择	09	20 分钟	老师参与任务	主讲老师、参训老师	仿真软件	1.课程初始化处理。 2.课程方案设置。 3.外部数据导入。 4.市场需求图和课表的生成。
11	开课第一天上午	制造商业务培训	10	45 分钟	老师参与任务	主讲老师、制造商同学	教室（可容纳30人以上）、投影、话筒、小黑板	1.让学生了解整个大环境的构成和运作方式。 2.了解制造商的主营业务和供应链环境。 3.了解市场的选择机制和变化情况。 4.了解产品的 bom 构成和所需原材料情况。 5.了解产品的生产过程和模块、产线等组合方式。 6.了解和经销商的代理关系以及销售。 7.了解制造商成本构成要素。 8.了解整个业务操作的流程。 9.了解软件工能的操作。
12	开课第一天下午	供应商业务培训	11	45 分钟	老师参与任务	主讲老师、供应商同学	教室（可容纳30人以上）、投影、话筒、小黑板	1.让学生了解整个大环境的构成和运作方式。 2.了解供应商的主营业务和供应链环境。 3.了解市场的选择机制和变化情况 4.了解产品的 bom 构成和所需原材料情况。 5.了解产品的生产过程和模块、产线等组合方式。 6.了解供应商成本构成要素。 7.了解整个业务操作的流程。 8.了解软件功能的操作。
13	开课第一天下午	经销商业务培训	12	35 分钟	老师参与任务	主讲老师、制造商同学	教室（可容纳30人以上）、投影、话筒、小黑板	1.让学生了解整个大环境的构成和运作方式。 2.了解经销商的主要业务和供应链环境。 3.了解市场的环境和影响因素。 4.了解和制造商的代理关系和相互影响机制。 5.了解影响销售的 7 个因素。 6.了解经销商成本构成要素。 7.了解整个业务操作的流程。 8.了解软件功能的操作。
14	开	物流	13	30 分	老师	主讲老师、	教室（可容纳	1. 让学生了解整个大环境的构成

	课第一天下午	商业业务培训		钟	参与任务	物流商同学	30人以上)、投影、话筒、小黑板	和运作方式。 2.了解物流商的主要业务。 3.了解物流仓储的租进和租出的机制。 4.了解物流运输的安排。 5.了解物流商的成本构成机制。 6.了解整个业务操作的流程。 7.了解软件功能的操作。
15	开课第一天下午	商业银行业务培训	14	25分钟	老师参与任务	主讲老师、商业银行、全体同学	教室(可容纳30人以上)、投影、话筒、小黑板	1.让学生了解整个大环境的构成和运作方式。 2.了解商业银行的主要业务和盈利机制。 3.了解商业银行的借贷业务。 4.了解商业银行的中间业务。 5.了解央行对商行的监管机制。 6.了解整个业务操作的流程。 7.了解软件功能的操作。
16	开课第一天下午	管委会业务培训	15	30分钟	老师参与任务	管委会同学、主讲老师	教室(可容纳30人以上)、投影、话筒、小黑板、仿真软件	1.了解每个部分的业务范围及主要业务事项。 2.了解每个部门业务的具体操作。 3.了解具体操作过程中的注意事项。
17	开课第一天下午	汽车乐高拼装	11	2个小时	老师监督任务	制造商生产总监	1张大桌子	1.按照汽车流程图进行汽车拼装。 2.按照规则上要求进行分模块练习。 3.保管好乐高零件、丢失要赔偿。
18	开课第一天下午	布置一季度产品发布会任务	16	-----	老师布置任务	制造商所有同学	----- --	1.制造商准备一季度产品发布会。 2.做一个5分钟左右的ppt。 3.按照发布会要求进行准备。
19	开课第二天上午	检查文化墙建设	18	-----	老师检查任务	指导老师	-----	1.检查所有公司是否完成文化墙。 2.检查所有公司是否按要求去完成。 3.评选出最佳文化墙建设的企业。
20	第二天	系统联合演练	19	2小时	老师指导学生	所有同学、参训老师、指导老师	仿真系统	1.完成联合演练所规定的所有业务。 2.搞清楚在演练过程中遇到的所

连锁经营管理专业人才培养方案

	上午				任务			有问题。 3.熟悉每个公司的所有业务。 4.了解每个月该如何去操作。 5.记清楚每个月的几个重点功能操作。
21	第二天上午	系统初始化	20	5 分钟	老师参与任务	指导老师	仿真系统	1.系统重新初始化。 2.导入外部数据。 3.生成市场数据图和学生课表。 4.导入学生信息。
22	第二天上午	工商注册	21	30 分钟	老师监督任务	所有公司 CEO、工商局长、参训老师	仿真系统	1.所有公司完成系统上工商注册。 2.所有公司完成工商登记证和税务登记证的领取。
23	第二天上午	成本计算检查	20	-----	老师检查任务	指导老师	仿真系统	1.老师检查各公司的成本核算表。 2.老师对各公司成本核算进行批阅。 3.对于问题比较多的公司进行修改。
24	第二天上午	制造商1季度产品发布会	22	40 分钟	老师监督任务	制造商市场总监、管委会评分人员、参训老师	容纳 30 人的小教室、投影、话筒。	1.各公司对 1 季度推出产品进行展示。 2.管委会对各公司的发布会进行打分。 3.管委会将打分结果登入到仿真系统里面。
25	第二天下午	制造商生产测时	24	1 小时	老师监督任务	管委会认证中心主任、所有制造商生产总监	1 张大桌子	1.每家制造商完成 p1。p2 汽车分模块测试。 2.认证中心主任进行时间测量。 3.认证中心主任将测试时间登入到仿真系统。
26	第二天下午及第三天	1 月份经营	25	一天半	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统	1.制造商和经销商完成代理协议签订。 2.制造商和经销商完成库存商品运输。 3.制造商完成指导价填报。 4.制造商供应商完成渠道买卖。 5.制造商供应商完成生产。 6.经销商完成市场报价和广告投放。 7.物流商完成运输。 8.银行完成中间业务以及借贷任务。
27	第三天上午	财务培训	26	1 小时	老师参与任务	指导老师、参训老师、所有公司财务总监	K3 财务系统、小教室、话筒、投影。	1.完成财务基本知识的讲解。 2.完成 k3 操作的培训。 3.完成财务账本的装订工作。
28	第	发放	26	30 分	老师	指导老师、	仿真系统、	1.教师完成一月份订单发放。

	三天下午	订单及翻月		钟	参与任务	参训老师		2.完成二月份切换工作。
29	第四天上午	1月份市场点评	28	30分	老师参与任务	指导老师、参训老师、制造商、经销商 CEO	仿真系统、小教室、投影、话筒	1.对一月份销售情况进行点评。 2.对一月份市场容量进行分析。 3.对一月份市场需求与供给情况进行分析。
30	第四天上午	纳税及工人工资缴纳培训	28	30分	老师参与任务	指导老师、参训老师、所有公司财务总监、人才交流中心主任、税务局长。	仿真系统、小教室、投影、话筒	1.了解增值税的抵扣方法以及计算方法。 2.了解企业所得税的计算和缴纳过程。 3.了解个人所得税的算法和缴纳方法。 4.了解城建及其教育附加税的算法和缴纳方法。 5.了解高层和虚拟人员工资的缴纳方法。
31	第四天	2月份经营	28	一天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 2.制造商、供应商完成生产。 3.物流完成所有运输业务。 4.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 5.经销商完成产品销售报价。
32	第四天下午	发放订单及翻月	31	30分	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成二月份订单发放。 2.完成三月份切换工作。
33	第五天	3月份经营	32	一天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 2.制造商、供应商完成生产。 3.物流完成所有运输业务。 4.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 5.经销商完成产品销售报价。
34	第五天下午	发放订单及翻月	33	30分	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成三月份订单发放。 2.完成四月份切换工作。
35	第五天下午	布置二季度产品发布会任务	34	-----	老师布置任务	制造商所有同学	----- --	1.制造商准备二季度产品发布会。 2.做一个5分钟左右的ppt。 3.按照发布会要求进行准备。

连锁经营管理专业人才培养方案

36	第六天上午	制造商2季度产品发布会	35	40分钟	老师监督任务	制造商市场总监、管委会评分人员、参训老师。	容纳30人的小教室、投影、话筒。	1.各公司对2季度推出产品进行展示。 2.管委会对各公司的发布会进行打分。 3.管委会将打分结果登入到仿真系统。
37	第六天上午	P3产品培训	36	30分钟	老师参与任务	制造商生产总监、供应商市场总监	容纳30人的小教室、投影、话筒。	1.了解p3产品的市场以及产品构成。 2.了解p3产品同s3的供应关系以及周期。 3.了解s3授权生产的机制。 4.了解p3产品的研发过程。
38	第六天上午	P3产品研发	37	1小时	老师监督任务	制造商生产总监。	一张大桌子、身高	1.了解p3的构成以及p3的限制要求。 2.完成p3产品的研发。 3.向管委会提交研发申请。 4.对p3产品进行生产测时。
39	第六天	4月份经营	35	一天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.制造商完成产品报价和广告投放。 2.制造商完成和经销商渠道代理关系。 3.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 4.制造商、供应商完成生产。 5.物流完成所有运输业务。 6.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 7.经销商完成产品销售报价。
40	第六天下午	发放订单及翻月	39	30分钟	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、。	1.教师完成四月份订单发放。 2.完成五月份切换工作。
41	第七天上午	5月份经营	40	半天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.制造商对经销商完成，s3生产授权。 2.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 3.制造商完成生产。 4.供应商完成s3生产并运输给制造商。 4.物流完成所有运输业务。 5.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 6.经销商完成产品销售报价。
42	第七天上午	发放订单及翻月	40	30分钟	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成五月份订单发放。 2.完成六月份切换工作。

43	第七天下午	6月份经营	42	半天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.制造商完成 p3 生产，并运输给经销商。 2.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 3.供应商完成生产。 4.物流完成所有运输业务。 5.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 6.经销商完成产品销售报价。
44	第七天下午	发放订单及翻月	43	30 分钟	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成六月份订单发放。 2.完成七月份切换工作。
45	第七天下午	布置三季度产品发布会任务	44	-----	老师布置任务	制造商同学	----- --	1.制造商准备三季度产品发布会。 2.做一个 5 分钟左右的 ppt。 3.按照发布会要求进行准备。
46	第八天上午	制造商3季度产品发布会	45	40 分钟	老师监督任务	制造商市场总监、管委会评分人员、参训老师。	容纳 30 人的小教室、投影、话筒。	1.各公司对 3 季度推出产品进行展示。 2.管委会对各公司的发布会进行打分。 3.管委会将打分结果登入到仿真系统里面。
47	第八天	7月份经营	42	一天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、。	1.制造商完成市场指导价和广告投放。 2.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 3.供应商完成生产。 4.物流完成所有运输业务。 5.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 6.经销商完成产品销售报价。
48	第八天下午	发放订单及翻月	47	30 分钟	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成七月份订单发放。 2.完成八月份切换工作。
49	第八天下午	P3 市场分析	48	30 分钟	老师参与任务	指导老师 制造商、供应商 CEO 和市场总监	容纳 30 人的小教室、投影、话筒、仿真系统。	1.对 7 月份 p3 产品销售情况进行分析。 2.分析 p3 市场的容量变化。 3.分析产品设计对 p3 产品销售的影响。
50	第九天	8月份经营	49	一天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 2.制造商、供应商完成生产。

连锁经营管理专业人才培养方案

	上午							3.物流完成所有运输业务。 4.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 5.经销商完成产品销售报价。
51	第九天上午	发放订单及翻月	50	30 分钟	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成八月份订单发放。 2.完成九月份切换工作。
52	第九天下午	3月份经营	51	一天	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.经销商与制造商、制造商与供应商完成产品买卖。 2.制造商、供应商完成生产。 3.物流完成所有运输业务。 4.商业银行完成转账业务以及消费贷款业务。 5.经销商完成产品销售报价。
53	第九天下午	发放订单及翻月	52	30 分钟	老师参与任务	指导老师、参训老师	仿真系统、	1.教师完成九月份订单发放。 2.完成十月份切换工作。
54	第九天下午	发放总结报告模板	53	-----	老师发布任务	所有公司人员	-----	1.所有公司完成公司个人报告。 2.所有同学完成个人总结报告。
55	第十天上午	分红	54	1 小时	老师监督任务	所有公司人员	仿真系统、	1.所有同学根据公司经营情况对个人进行分红。 2.分红总额不得超过 9 月份财务报表未分配利润的 30%。
56	第十天上午	老师总结大会 ppt	54	2 小时	老师参与任务	主讲老师	-----	1.对制造商各公司经营数据进行统计分析。 2.对销售市场数据分地区产品进行分析。 3.对影响销售因素进行分析。 4.对经销商销售总额进行统计分析 5.对物流运输情况进行分析。 6.对银行信贷数据进行分析。 7.评选出各项优秀个人与公司。
57	第十天上午	学生总结大会 ppt	55	1.5 小时	老师监督任务	所有公司人员	电脑	1.对公司经营情况进行统计分析。 2.对个人职位以工作情况进行分析。 3.对本次实训感受进行分享。
58	第	提交	57	----	老师	所有公司人	-----	1.每个公司提交一份公司经营报

	十天下午	总结报告			参与任务	员		告，并附上最后一个月财务报表。 2.每个人提交一份个人总结报告。
59	第十天下午	实训总结大会	58	2 小时	老师参与任务	所有公司人员、所有参训老师	大教室或大礼堂（能容纳本轮参训学生）、投影、话筒。	1.领导做总结性发言。 2.实训主讲老师做宏观数据分析。 3.各典型公司进行实训数据及感受分享。

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教学团队基本要求

每次开课安排 2~4 位老师，老师本学期不安排其他课程。需要至少 1 位财务老师，另建议有现代企业管理及相关课程老师参与。

2. 教学条件

1) 单据准备

（1）相关实训合同

仿真课程所涉及到的合同类单据多达 10 多种，因此这些合同都应该在课程开始的时候准备好，因为课程中学生的业务量不能准确的给定，以下列出来的是票据的清单。

表 2-4-1 合同单据表格

合同表格名称	使用公司
仓库租赁合同	制造商、供应商、经销商与物流商
产品研发申请表	制造商
单位银行结算账户协议	制造商、供应商、经销商、物流商与银行
产品销售合同	制造商、供应商、经销商
汽车代理协议	制造商、供应商
生产线/厂房采购合同	制造商、供应商
物流运输合同	制造商、供应商、经销商与物流商
银行贷款合同	制造商、供应商、经销商、物流商与银行
招（解）聘 合同	制造商、供应商、经销商、物流商与管委会
原材料采购合同	制造商、供应商与管委会
争议仲裁申诉表	制造商、供应商、经销商、物流商、银行
产品评分表	管委会
营业执照（包含税务登记证）	管委会（税务局、工商局）

注：因课程人数的不同和组数的不同，使用数量会不同，具体数量详见系统。

（2）实训票据

仿真课程中涉及的票据及单据共 20 多种，这些票据是公司经营过程中业务往来的

必须凭证，因此在课程开始前必须准备好，以下列出来的是票据的清单。

表 2-4-2 票据单据表格

票据名称	使用公司
进账单	银行
提货单	制造商、供应商、经销商、物流商
材料入库单	制造商、供应商
材料采购杂费单	制造商、供应商
派工单	制造商、供应商、经销商、物流商
领料单	制造商、供应商
产品出库单	制造商、供应商、经销商
产品入库单	制造商、供应商、经销商
工资结算表	制造商、供应商、经销商、物流商
借款凭证	银行
贷款利息通知单	银行
借款偿还凭证	银行
贴现凭证	银行
固定资产竣工表	制造商、供应商、经销商、物流商
固定资产处理凭证	制造商、供应商、经销商、物流商
记账凭证 KP-Z103	制造商、供应商、经销商、物流商
凭证封面（套）	制造商、供应商、经销商、物流商
原始单据粘贴单（本）	制造商、供应商、经销商、物流商
账簿盒	制造商、供应商、经销商、物流商
增值税发票	制造商、供应商、经销商、物流商、管委会
承兑汇票	制造商、供应商、经销商、物流商
税务缴款书	制造商、供应商、经销商、物流商、管委会
转账支票	银行

注：因课程人数的不同和组数的不同，使用数量会不同，具体数量详见系统。

2) 机器的要求

(1) 票据打印机

因课程需求，在整个课程中需要对仿真公司配备针式打印机，打印机品牌可自主决定，若学校资源足够，可以对每家公司配备一台打印机，用于打印所有的单据。若学校资源有限，最少要三台打印机配置，两台打印记账凭证，一台打印增值税发票。其他单据一律用手写。

(2) 装订机

每月财务人员做完本月账本，要对本月的账本进行装订，所以仿真课程中至少要配备 1-2 台装订机。具体装订指导，详见机器说明书。

3) 场地的布置（要求）

教室需求	配置	用途	使用时间

大会议室	能容纳所有上课学生、配备投影、音响等设备。	启动大会和总结大会使用。	启动大会约1个小时，总结大会约2个小时。
小教室	能容纳所有上课学生、配备投影、音响等设备。	用于课程中培训讲解使用。	整个课程中
制造商工位	容纳6家制造商，每家制造商6个位置。同时每家公司至少配备2台电脑。	一台电脑用于仿真业务、另一台电脑用于财务做账。	整个课程中
供应商工位	容纳6家制造商，每家供应商6个位置。同时每家公司至少配备2台电脑。	一台电脑用于仿真业务、另一台电脑用于财务做账。	整个课程中
经销商工位	容纳12家经销商，每家经销商3个位置。同时每家公司至少配备2台电脑。	一台电脑用于仿真业务、另一台电脑用于财务做账。	整个课程中
物流商工位	容纳3家物流商，每家物流商除3个工作位外，还要一个办事业务台。同时每家公司至少配备2台电脑。	一台电脑用于仿真业务、另一台电脑用于财务做账。	整个课程中
商业银行工作位	容纳3家银行，每家银行除3个工作位外，还要一个办事业务台。同时每家公司至少配备2台电脑。	一台电脑用于仿真业务、另一台电脑用于财务做账。	整个课程中
管委会工位	10个工作位，每个工作位配备一台电脑。	每台电脑都用于业务办理。	整个课程中

3.教学方法与手段

综合仿真实训运用到了一系列的教学模式和方法。其中，最重要的是胜任力模型、场景仿真以及体验式学习。综合仿真实训实质是基于仿真场景下的经管类专业知 识体验式学习。结合虚拟仿真和体验式学习体验式学习通过仿真场景情境化的学习环境进行沉浸式管理模拟才能让学习者体会到完整的教学过程。因此设计也应遵循仿真及体验式教学的基本逻辑。

(1) 胜任力模型

胜任力的特征结构包括个体特征、行为特征和工作的 情景条件。胜任力的个体特征可以分为技能、知识、角色定位、价值观、自我认知、品质、动机等 大类。胜任力在个体特征中有一些特征能比较容易评价和观测如知识或技能。部分特征如动机和品质相对难以观测。位于两者之间的特征包括自我认知、角色定位及价值观。

企业运用胜任力模型来描述对特定岗位的要求，特定岗位有一系列特定的胜任力素质项可以用来描述是否胜任岗位工作，这一系列的素质项集合称为特定岗位的岗位

胜任力。哪怕是同一个特定岗位，在特定行业、特定企业、特定时间点上胜任力要素的组成也不尽相同。因此，使用胜任力模型来描述特定岗位需要首先构建特定企业胜任力模型。

（2）仿真环境

管理仿真指设计业务场景及数学模型复现现实管理过程中发生的本质过程。仿真的过程包括仿真模型的建立和仿真体验两个环节。

对经管类仿真而言，仿真模型可以被抽象为一系列业务规则、业务关系和场景。要进行管理仿真，需要针对特定的管理问题进行描述并拆解成业务规则和业务数据放在特定场景中供学习者体验。

在仿真场景中，告知学习者相关场景及规则，并告知其管理目标。学习者通过提交一系列决策与仿真模型交互以学习正确管理决策。使用系统仿真可以有效的把复杂的系统降阶成为若干子系统便于分析。系统仿真的基本办法是建立结构模型和量化分析模型[1]，转换为可运行的模型来进行验证。

作为仿真实习课程，根据课程目标设定，通过场景认知个人能力和之前所学知识的运用应该是核心任务。因此，场景设计的核心应该基于业务数据的设计。在此课程中为市场数据，产业链数据为引导的数据。通过企业经营自然展开。设计需要让学生能充分体验到经营活动中贯穿应用到的课程知识，岗位工作中需要具备的能力，而不是简单的将标杆企业固化的流程和操作过程让学生重现。

在仿真场景的设计中，工作场景包含了基层管理层和决策层工作，但基于认知和知识运用的需求，技能型工作落在基层，但不作为核心设计点。知识的应用更多的是在管理层和决策层上。

（3）体验式学习

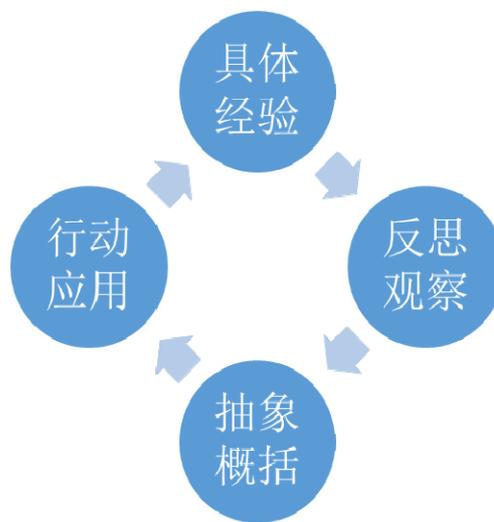
体验式学习概念的代表 DA.库伯这样描述体验学习：学习是体验转换并创造知识的过程，他强调体验视野中学习过程的几个方面：强调适应与学习的过程，而不是内容或结果；知识是一个转换过程，是连续不断的创造与再创造，而不是可获得或传递的独立过程；学习转换的体验包含主观形态和客观形态两种体验。

体验学习理论区别于理性主义和其他认知主义学习理论的地方在于其他学习理论把学习的核心看作是抽象符号的习得、加工与回忆。而体验学习认为学习是一个以体

验为基础的持续过程。也就是说所有学习都是重新学习。实际上学习者头脑里不是一张白纸，而是多少带着态度倾向进入一个学习情境。只不过可能学习者的头脑中的“理论”比其他人来得粗浅和不够正确。

基于体验式学习的理论，教育和培训不单是要灌输新思想，也要处理和修正学习者原有的经验。

体验式学习中，学习者要进行有效学习需要经历具体体验，反思观察，抽象概括，行动应用四个步骤才能有效的达成学习的效果。



体验学习基本步骤

体验式学习的特点决定了与其它传统教学有以下差异：

主动学习。体验学习强调学习者发挥主动精神，成为学习主体，教师只是起引导和辅助作用。

寓教于乐。寓教于乐强调传授知识需要激发学生兴趣，使教学过程像娱乐一样吸引人，让学生体会到主动学习的乐趣。

学以致用。体验式学习强调创造一个时空，让学生在理解中学习，并反复强化。

虚实结合。设计一个情境化学习环境，让学习沉浸在虚拟的环境之中，运用所学知识进行解决。

4.课程资源的开发与利用

(1) 教学文件

教材、立体教材以及相应二维码、实训指导书、课程整体设计、考核标准。

(2) 教学内容

教学课件、电子教案、习题库、重点知识的 3D 动画、微课录像、

(3) 相关软件：跨专业实训软件系统

5.教材选用

《虚拟产业链综合实训教程》；湖北科学技术出版社

(二) 考核建议

1.期末分红

公司结束后，也就是期末各公司要根据本年度的经营情况，对本公司高层（参加实训的同学）进行分红，各高层总共占公司百分之三十的股份，期末根据公司本年度盈利情况提取法定盈余基金外可以提取百分之三十的盈利进行分红，分红要严格按照个人所得税制度去税务局缴纳个人所得税。分红通过银行转账的形式从公司账户转到各股东的个人账户。

2.公司经营报告

公司经营报告是学生完成实训时对公司经营情况的汇报，主要是分析总结公司的经营情况，通过总结报告可以直观的反应学生在经营公司的一些战略和分析管理能力。当然实习报告也是最终对学生成绩考核的一部分。

实习报告主要从以下几个方面阐述。

(1) 公司文化建设。公司文化建设是一个公司直接表达企业理念、战略目标以及文化内涵的直接体现，在公司组建的过程中，每一个成员都发挥想象，一起凝聚出公司的文化。公司文化建设从公司名称 logo、公司介绍、战略目标、企业组织机构等几个方面阐述。

(2) 公司经营情况。公司经营情况主要是以公司的经营数据作为分析点，着重分析公司的战略得失。从市场、生产、销售以及渠道等几个方面分别阐述公司的经营状况。这点非常重要，不管公司经营情况好坏，但是战略分析和总结却是非常重要的一个环节，这也是评价学生经营的重要依据。虽然经营结果很重要，但是能够分析出自己的

得失也是非常重要的。

(3) 财务报表分析。财务报表是直观反映公司经营情况的。要求所有公司把每个月的资产负债表和利润表打印出来，盖上公司财务章提交。通过财务报表可基本了解每家公司的经营状况。

(4) 财务指标分析。财务指标从 3 个大方面进行分析，偿债能力指标、运营能力指标和获利能力指标。偿债能力指标：分别从流动比率、速动比率、资产负债率和产权比率四个指标分别进行分析。运营能力指标：分别从流动资产周转率、固定资产周转率和总资产周转率 3 个指标进行分析。获利能力指标通过营业利润率、成本费用利润率、总资产报酬率、净资产收益率四个指标分析。

(5) 竞争对手分析。每一个类型的公司相互之间都存在着竞争，对竞争对手的分析是让我们可以更理性的做决策。各公司分别从市场、战略、生产销售等多方面对竞争对手的情况进行分析。主要还是阐述清楚竞争对手的哪些决策因素可以直接影响我们的决策。

(6) 战略目标分析。战略目标是企业经营的直接指导方向，战略决策的成功与否直接决定着企业未来的走向以及其企业是否会成功，所以我们应该从企业外部环境、企业内部资源、企业战略决策分析等多方面去阐述企业战略目标分析。

3.个人总结报告

个人总结报告是实训完成对个人能力等方面的一些认识总结，主要是自己在公司岗位胜任的一些总结和分析个人能力及得失的一些分析，要求学生具体从以下四个方面去阐述。

(1) 岗位阐述。主要是阐述自己的岗位是干什么的，在公司经营过程中自己该做哪些事情，该如何去做才能保证公司正常经营。

(2) 自己岗位分析。主要从自己在公司担任的岗位角色分析，分析自己在这个岗位承担的职责和自己在经营中做了哪些重大决策，这些决策对公司的发展起到哪些作用，是有利的还是有害的。

(3) 岗位胜任能力评价。这个是本次实习的重点，我们希望通过实习使学生完全

了解自己的能力和能力是个很大的范畴，每个人都有自己擅长的能力，也有自己不擅长的能力，具体表现在工作中的很多方面。在实训最后我们有个岗位胜任能力的调查表，通过本公司同学相互打分的形式，了解每个人的胜任能力。

(4) 实训总结体会。这个也是对实训成果的最终反应，到底本实训好与坏，是不是适合自己，或者有什么建议，通过总结体会的形式体现出来。

最后所有的总结模板和胜任能力测评表详见数据资料 2.0-1-8。

4. 期末总结大会

总结大会是和启动大会相呼应的，是在仿真结束时对整个经营情况做一个大数据的分析和学生自己的一些总结概括。总结大会大概 2 个小时左右，老师大概用 20 分钟左右做一个环境数据的分析，然后每个公司的总经理做一下公司最终汇报和总结感受。学生总结报告要从公司文化战略、组织机构、经营情况、经验感受等几个方面分别阐述。总结大会 ppt 模板详见数据资料 2.0-2-9。

5. 学生成绩评定

学生成绩的最终评定，通过四个部分去考核。

(1) 个人资产。在开始经营的时候每个同学都有一个与学号相对应的银行账户，不管是每个月的工资还是最后股东分红，都把钱打在这个账户，期末个人银行账户的资产将作为个人资产来考核，具体比例通过开始课程方案设计的时候来完成设计。

(2) 公司权益。公司权益在经营结束后系统会自动生成公司的所有者权益，此权益应该和年末资产负债表上的权益相等，这也是评定个人成绩的一部份。

(3) 个人实习报告。个人实习报告由老师评阅，并在系统上给出成绩，同时也给出评语，主要是看同学总结是否到位，有没有抄袭的现象。

(4) 考勤。考勤完根据学校学籍管理规定，依据学生缺勤情况进行适当的扣分。

考核名称	所占比例
各公司经营成绩	40%

实验总结报告	30%
个人最终收入	20%
个人考勤	10%
合计	100%

