《 零售管理 》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | （中文）零售管理 |
| （英文）Retail Management |
| 课程代码 | 2120175 | 课程学分 | 3 |
| 课程学时  | 48 | 理论学时 | 48 | 实践学时 | 0 |
| 开课学院 | 珠宝学院 | 适用专业与年级 | 工商管理（奢侈品管理）本科三年级 |
| 课程类别与性质 | 专业必修课 | 考核方式 | 考试课 |
| 选用教材 | 零售学，肖怡主编，ISBN 9787040586701,高等教育出版社，2023年第5版 | 是否为马工程教材 | 否 |
| 先修课程 | 财务管理（2060006）（3）、市场营销（双语）（2060555）（3）、管理学概论（2120110）（3） |
| 课程简介 | 《零售管理》是高等学校市场营销专业课程系列课程之一，将零售企业经营活动个要素合乎逻辑而又清晰简明地联系在一起，综合了国内外学者对零售管理最新的研究成果，紧扣当前中国零售管里的实践，从战略核策略两个层面深入系统地介绍了零售企业管理的各个方面，包括零售概述、零售战略与组织、零售业务管理三部分内容。零售管里具有：实用性强、发展快、理论与实践紧密结合、综合性与多功能融为一体的特点。通过本门课程的学习，使学生了解和部分掌握零售业态类型，多渠道零售，顾客购买行为。掌握零售市场战略，零售店址选择，零售的最新动态与发展，网络零售与零售信息化。掌握商品分类管理，商品品牌管理，商品采购，定价和促销组合。掌握店面管理，商店布局、设计及视觉管理，顾客服务等，具实际应用的潜能。 |
| 选课建议与学习要求 | 此课程适合工商管理（奢侈品管理）本科专业学生在大三第一学期学习，一般应具备相应的财务、管理学知识，和一定的分析问题、解决问题的能力。 |
| 大纲编写人 | （签名） | 制/修订时间 | 2023/12 |
| 专业负责人 | （签名） | 审定时间 | 2023.1.4 |
| 学院负责人 | a0e6149d95f587e4576ab22bc7750ec（签名） | 批准时间 | 2024.1.20 |

二、课程目标与毕业要求

（一）课程目标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 掌握零售产业的基本概念、历史和发展趋势；了解市场的特点、消费者行为和竞争态势。 |
| 2 | 探究品牌的管理、营销策略和商业模式。 |
| 技能目标 | 3 | 掌握有效的销售技巧，包括沟通、谈判、客户关系管理；学会制定销售计划和销售目标，并监控销售业绩。了解市场拓展的方法和策略，培养市场敏感性。 |
| 素养目标(含课程思政目标) | 4 | 探索创意在零售管理中的应用，培养创新思维和创造力。学会从品牌、产品、陈列等方面创造美的体验，提升顾客满意度 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| LO2专业能力：具有人文科学素养，具备从事奢侈品管理工作或专业的理论知识、实践能力。③奢侈品销售管理能力。熟悉奢侈品、珠宝和时尚行业市场分析和品牌定位的方法，能制定品牌营销的战略和策略。掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。能基于市场竞争环境进行市场拓展。 |
| LO3表达沟通：理解他人的观点，尊重他人的价值观，能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。1. 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。
 |
| LO5健康发展：懂得审美、热爱劳动、为人热忱、身心健康、耐挫折，具有可持续发展的能力。③懂得审美，有发现美、感受美、鉴赏美、评价美、创造美的能力。 |

（三）毕业要求与课程目标的关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| L02 | ③ | H | 掌握零售产业的基本概念、历史和发展趋势；了解市场的特点、消费者行为和竞争态势。 | 60% |
| 探究品牌的管理、营销策略和商业模式。 | 40% |
| L03 |  | M | 掌握有效的销售技巧，包括沟通、谈判、客户关系管理；学会制定销售计划和销售目标，并监控销售业绩。了解市场拓展的方法和策略，培养市场敏感性。 | 100% |
| L05 | ③ | H | 探索创意在零售管理中的应用，培养创新思维和创造力。学会从品牌、产品、陈列等方面创造美的体验，提升顾客满意度。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

（一）各教学单元预期学习成果与教学内容

|  |
| --- |
| **第1章 零售导论** **1 教学内容：** 1.1 零售及零售业 1.2 零售组织发展规律 1.3 西方零售业四次重大变革 1.4 急剧变革的中国零售业 **2 知识要求：**（1） 了解零售、零售商、零售业的概念 （2） 掌握零售组织的分类方法及其类型（3）知道零售组织发展演变的理论解释 （4） 了解西方零售业经历的重大变革 （5） 了解目前中国零售业的状况分析。 **3.能力要求：** （1） 掌握零售业是一个国家经济发展的晴雨表 （2） 对零售变革有更深层次的思考 （3） 零售理论对零售管理的指导 （4） 中国零售的变革发展 **4 课程思政：** 零售业的发展是一个国家发展的晴雨表 **5 教学难点：** （1） 连锁商店、平台零售商 （2） 零售轮转理论、手风琴理论、自然淘汰理论、辩证过程理论、生命周期理论、商品攀升理论 （3） 零售变革的标志**第2章 现代零售业态介绍（运用）** **1 教学内容：** 2.1 零售业态的含义 2.2 百货商店 超级市场 2.3 专业店 专卖店及便利店 2.4 仓储式会员店 购物中心及其他零售业态 **2 知识要求：** ⑴ 了解零售业态的内涵及其组成要素⑵ 理解百货商店的特征及其发展 ⑶ 掌握超级市场的特征及其发展 ⑷ 了解专业店与专卖店的特征及其发展 ⑸ 了解便利店的特征及其发展 ⑹ 掌握仓储式会员店的特征及其发展 **3 能力要求：** ⑴ 能够区分不同零售业态的内涵与特征。 ⑵ 能够区分零售业态及零售业种。 ⑶ 提高对不同零售变革方面的敏锐度与洞察力。 **4 课程思政：** 培养科学管理意识增强专业意识 **5 教学难点：**⑴ 仓储式会员店 ⑵ 专业店及专卖店。 **第3章 零售竞争战略（分析）** **1 教学内容：** 3.1 建立零售竞争优势 3.2 环境分析和确定竞争战略 3.3 成本领先战略、差异化战略及目标集聚战略 **2 知识要求：** ⑴ 了解零售竞争优势的来源； ⑵ 理解零售环境分析； ⑶ 了解零售市场定位； ⑷ 掌握成本领先战略、差异化战略与目标集聚战略在零售经营中的运用。 **3 能力要求：** ⑴ 环境分析能力 ⑵ 战略选择能力 **4 课程思政：** 注重良性竞争 **5 教学难点：**  (1)零售竞争优势的区分  (2)不同竞争战略的选择**第4章 零售扩张战略** **1 教学内容：** 4.1 零售扩张战略组合 4.2 商圈分析 4.3 商店位置选择 两种具体选择方法 **2 知识要求：** ⑴ 了解零售扩张思想，包括地理战略、扩张路径、扩张速度及多元化和国际化扩张； ⑵ 理解如何对现有和新开商店进行商圈测定和商圈分析 ； ⑶ 了解选择具体的商店位置要考虑的因素； ⑷ 商店选址方法 **3 能力要求：** ⑴ 扩张过程中分析判断能力 ⑵ 分析商圈，评估及考核商圈 ⑶ 计算分析的能力 **4 课程思政：** 商圈选择也要考虑到整个社会发展，全局的观念。 **5 教学难点：**⑴ 零售扩张战略 （2） 商圈选择与评估 **第5章 零售组织设计** **1 教学内容：** 5.1 组织结构设计的内容和要求 5.2 组织结构设计的程序 5.3 组织结构的类型 组织文化 **2 知识要求：** ⑴ 了解组织结构设计的要求； ⑵ 理解零售组织结构设计程序； ⑶ 小型独立商店、百货商店、区域连锁上的组织结构； ⑷ 理解组织文化塑造 **3 能力要求：** ⑴ 懂得不同排列组合会产生迥异的效果 ⑵ 比较分析能力 ⑶ 认识企业文化的重要性 **4 课程思政：** 培养文化建设的思维 **5 教学难点：** ⑴ 零售组织结构设计的要求 ⑵ 不同业态的组织结构比较 ⑶ 组织文化塑造 **第6 章 商品规划** **1 教学内容：** 6.1 商品经营范围规划 6.2 商品结构优化 6.3 自有品牌的开发 6.4 品类管理与单品管理 **2 知识要求：** ⑴ 了解如何圈定商品经营范围 ⑵ 理解如何优化商品结构 ⑶ 熟悉畅销商品的培养 ⑷ 理解自有品牌的开发 ⑸ 了解品类管理与单品管理 **3 能力要求：** ⑴ 品牌建设 ⑵ 优化商品结构 ⑶ 单品与品类培养能力 **4 课程思政：** 打造好品牌，强自身强国。 **5 教学难点：** （1） 畅销商品的培养（2） 自有品牌的开发 **第7章 采购管理** **1 教学内容：** 7.1 商品采购流程 7.2 采购制度与人员管理 7.3 商品采购决策 **2 知识要求：** ⑴ 了解商品采购流程的建立； ⑵ 理解供应商的选择与评估； ⑶ 比较商品采购制度； ⑷ 掌握采购人员的要求及考核； ⑸ 熟悉采购业务决策。 **3 能力要求：** ⑴ 采购环节是企业成败的关键 ⑵ 甄别，挑选供应商能力 ⑶ 辨人识人的能力 **4 课程思政：爱岗敬业** **5 教学难点：** ⑴ 供应商的选择与评估 ⑵ 采购人员的考核 **第8章 价格管理** **1 教学内容：** 8.1 影响零售定价的主要因素 8.2 定价政策 8.3 初始价格的制定 价格调整 **2 知识要求：** ⑴ 了解零售商制定商品价格时要考虑的因素； ⑵ 熟悉两种不同价格政策； ⑶ 了解零售商初始价格的制定 ⑷ 知道零售商如何进行价格调整以适应变化的环境。 **3 能力要求：** ⑴ 科学制定价格能够有奇效； ⑵ 根据环境的变化调整价格。 **4 课程思政：** 定价是极其重要的——整个市场的焦点就在于定价决策；物美价廉，一心为百姓。 **5 教学难点：** ⑴ 高/低价格政策 ⑵ 稳定价格政策 ⑶ 价格调整 **第9章 促销管理（运用）** **1 教学内容：** 9.1 促销及其组合要素 9.2 促销活动流程管理 9.3 零售广告、销售促进、公共关系 **2 知识要求：** ⑴ 了解零售促销的定义及其组合因素的特征； ⑵ 理解零售促销活动的流程管理； ⑶ 掌握零售广告的特点及其媒体选择； ⑷ 了解销售促销的特点及其具体方式运用； ⑸ 了解公共关系的特点及常见形式。 **3 能力要求：** （1） 促销组合的理解 （2） 理解零售促销活动流程 **4 课程思政：** 树立形象，回报社会 **5 教学难点**： ⑴ 促销流程管理 ⑵ 公共关系的特点及常见形式 **第10章 服务管理（运用）** **1 教学内容：** 10.1 服务的重要性 10.2 零售服务设计 10.3 服务质量设计 **2 知识要求：** （1） 了解服务的特点、类型及作用；（2） 理解零售服务设计应该的因素；（3） 掌握常见的零售服务项目介绍； （4） 了解常见服务质量的改进。 **3 能力要求：** （1） 深刻理解 CS 战略； （2） 注重数量向注重质量的消费时代，细致、周到、充满人情味的服务有更好的满足度； （3） 注重细节 （4） 服务创新能力 4 课程思政： 服务至上，爱岗敬业 **5 教学难点：** （1） 零售服务质量改进 （2） 零售服务创新 **第11 章 商场设计与商品陈列（运用）** **1 教学内容：** 11.1 商场设计 11.2 货位布局 11.3 商品陈列 **2 知识要求：** （1） 了解商场设计店面布局考虑的因素；（2） 理解色彩运用在商场布局中的作用； （3） 了解商场照明、音乐与气味在商场布局中的影响； （4） 了解货位布局的依据； （5） 理解商品陈列原则及商品陈列的方法； （6） 掌握橱窗展示的要求。 **3 能力要求：** （1） 深刻理解商场设计与货位布局的重要性； （2） 善于利用音乐、气味、色彩、灯光在商场设计中的布局； （3） 布局设计的能力 **4 课程思政：** 创新设计，服务社会 **5 教学难点：** （1） 色彩、灯光、音乐、气味在商场设计中的运用； （2） 商品陈列商品布局。 （3） 橱窗展示设计 **第12 章 网络零售与零售信息化（运用）** **1 教学内容：** 12.1 网络零售 12.2 零售信息化 12.3 智能商店 **2.知识要求：** （1） 了解网络零售的发展趋势； （2） 熟悉中国的网络零售市场呈现的特征； （3） 熟悉网络零售的营销策略； （4） 掌握全渠道零售的定义、优势、实施； （5） 掌握零售信息化的具体内容。 **4 能力要求：** （1） 理解全渠道零售；（2） 智能商店的运转； （3） 与时俱进学习信息化手段并能够转化的能力。 4 课程思政： 不断学习，融会贯通 **5 教学难点：** 全渠道零售的定义、优势及实施；零售信息化的运用。  |

（二）教学单元对课程目标的支撑关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 第一单元 零售导论 | √ | √ | √ | √ |
| 第二单元 现代零售业态介绍 | √ | √ | √ |  |
| 第三单元 零售竞争战略 | √ | √ | √ |  |
| 第四单元 零售扩张战略 | √ | √ | √ |  |
| 第五单元 零售组织设计 | √ | √ | √ |  |
| 第六单元 商品规划 | √ | √ | √ |  |
| 第七单元 采购管理 |  | √ | √ | √ |
| 第八单元 价格管理 |  | √ | √ | √ |
| 第九单元 促销管理 |  | √ | √ | √ |
| 第十单元 服务管理 |  | √ | √ | √ |
| 第十一单元 商品设计与商品陈列 |  | √ | √ | √ |
| 第十二单元 网络零售与零售信息化 |  | √ | √ | √ |

（三）课程教学方法与学时分配

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 第一单元 零售导论 | 案例分析、小组讨论 | 课堂参与度、市场调查概念测试 | 4 |  | 4 |
| 第二单元 现代零售业态介绍 | 实例演示、小组讨论 | 调查方案汇报 | 6 |  | 6 |
| 第三单元 零售竞争战略 | 理论讲解、实例分析 | 方案设计作业 | 3 |  | 3 |
| 第四单元 零售扩张战略 | 讲解与演示、小组练习 | 文献综述 | 6 |  | 6 |
| 第五单元 零售组织设计 | 专题讲座、模拟练习 | 课堂讨论、小测验 | 3 |  | 3 |
| 第六单元 商品规划 | 理论讲解、实例分析、实践操作 | 课堂讨论、小测验 | 6 |  | 6 |
| 第七单元 采购管理 | 课堂讲授、模拟练习 | 资料整理报告、结果展示 | 3 |  | 3 |
| 第八单元 价格管理 | 课堂讲授、写作练习 | 市场调查报告 | 3 |  | 3 |
| 第九单元 促销管理 | 课堂讲授、案例分析 | 课堂讨论、小测验 | 3 |  | 3 |
| 第十单元 服务管理 | 课堂讲授、小组讨论 | 市场调查报告 | 3 |  | 3 |
| 第十一单元 商品设计与商品陈列 | 课堂讲授、实验模拟 | 实战案例收集汇报 | 3 |  | 3 |
| 第十二单元 网络零售与零售信息化 | 课堂讲授、小组讨论 | 案头研究，趋势汇总报告 | 5 |  | 5 |
| 合计 | 48 |  | 48 |

（四）课内实验项目与基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验时数 | 实验类型 |
| 1 | 无 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
| 1. 诚信教育：强调诚信在零售管理中的重要性，引导学生树立正确的价值观，遵守商业道德和法律法规，做到言行一致。
2. 社会责任：引导学生认识到作为零售从业者，应承担起社会责任，关注消费者权益保护、环境保护等方面，实现商业价值与社会价值的统一。
3. 中华优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，弘扬中华民族的优良传统美德，如“以和为贵”、“诚信经营”等，引导学生将这些理念融入零售管理中。
 |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 |  |
| 1 | 40% | 考试 | 30 | 30 | 20 | 20 | 100 |
| X1 | 20% | 出勤率、课堂表现（含线上互动） | 30 | 30 | 30 | 10 | 100 |
| X2 | 20% | 期中练习 | 20 | 20 | 30 | 30 | 100 |
| X3 | 20% | 个人项目 | 30 | 30 | 20 | 20 | 100 |

评价标准细则（选填）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核项目 | 课程目标 | 考核要求 | 评价标准 |
| 优100-90 | 良89-75 | 中74-60 | 不及格59-0 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| X1 |  |  |  |  |  |  |
| X2 |  |  |  |  |  |  |
| X3 |  |  |  |  |  |  |
| X4 |  |  |  |  |  |  |
| X5 |  |  |  |  |  |  |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
|  |