

【零售管理】

【Retail Management】

一、基本信息

课程代码:【1060038】

课程学分:【3】

面向专业:【工商管理】

课程性质:【必修课】

开课院系:工商管理系

使用教材:

教材:肖怡主编,《零售学》(第四版),高等教育出版社,2017.12

参考书目:

1. 【美】迈克尔·利伟,巴顿·韦茨主编,《零售管理》(第六版),俞利军译,人民邮电出版社,2016.02
2. 贺爱忠,聂元昆主编,《零售管理》,清华大学出版社,2015.08
3. 伯曼等著,《零售管理》(第11版),中国人民大学出版社,2011.01
4. 魏中龙等著,《零售管理》,企业管理出版社,2014.01

课程网站网址:

先修课程:【管理学原理、物流管理、财务管理、市场营销等】

二、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各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理的实践,从战略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。零售管理具有: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。

三、选课建议

零售管理适合经济类的各专业特别是各专业高年级学生。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
L011: 表达沟通。理解他人的观点,尊重他人的观点,能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。	
L021: 自主学习。学生能根据环境需要确定自己的学习目标,并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标	●

L031: 调查预测能力。熟悉调查方案的策划, 调查问卷的设计, 掌握常用的资料分析与预测方法, 熟悉调查报告的写作。	
L032: 市场开拓能力。熟悉 SWOT 分析、波士顿矩阵、STP 分析、4P 组合、营销组织与控制等, 并能有效应用	●
L033: 掌握零售业态类型, 多渠道零售, 顾客购买行为	
L034: 人力资源能力。熟悉人力资源工作规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬与福利、劳动关系管理, 并能设计方案。	
L035: 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	
L036: 零售管理沟通能力	
L041: 尽责抗压。遵守纪律、守信守责; 适应环境变化, 具有耐挫折、抗压力的能力。(“责任”为我校校训内容之一)	
L051: 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	
L061: 信息应用。具备一定的信息素养, 善于收集信息, 并能在工作中应用信息技术解决问题。	
L071: 服务关爱。愿意服务他人、服务企业、服务社会; 为人热忱, 富于爱心, 懂得感恩(“感恩、回报、爱心”为我校校训内容之一)。	●
L081: 国际视野。具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力, 有国际竞争与合作的意识。	

备注: LO=learning outcomes (学习成果)

五、课程目标/课程预期学习成果

1、课程目标: 零售管理培养学生的企业运营过程中实际操作的精神, 分析问题能力、解决问题能力、商机捕捉能力和人际关系能力, 并培养商机的商业化能力。

2、课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
1	L0211	策划创意与文案	课堂讲授	作业评价 案例分析 评价
2	L0512	有质疑精神, 能有逻辑的分析与批判	实例引导	
3	L0713	具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力	小组讨论 案例分析	

六、课程内容

第1章 零售导论 理论课时 4 实践课时 0

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) 理论课时6 实践课时0

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:

- (1) 了解零售业态的内涵及其组成要素?
- (2) 理解百货商店的特征及其发展?
- (3) 掌握超级市场的特征及其发展?
- (4) 了解专业店与专卖店的特征及其发展?
- (5) 了解便利店的特征及其发展
- (6) 掌握仓储式会员店的特征及其发展

3 能力要求:

- (1) 能够区分不同零售业态的内涵与特征。
- (2) 能够区分零售业态及零售业种。
- (3) 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:

- (1) 仓储式会员店
- (2) 专业店及专卖店。

第3章 零售竞争战略（分析） 理论课时 3 实践课时 0

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:

- (1) 了解零售竞争优势的来源;
- (2) 理解零售环境分析;
- (3) 了解零售市场定位;
- (4) 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:

- (1) 环境分析能力
- (2) 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 理论课时 6 实践课时 0

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:

- (1) 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;
- (2) 理解如何对现有和新开商店进行商圈测定和商圈分析 ；
- (3) 了解选择具体的商店位置要考虑的因素;
- (4) 商店选址方法

3 能力要求:

- (1) 扩张过程中分析判断能力
- (2) 分析商圈，评估及考核商圈
- (3) 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:

- (1) 零售扩张战略
- (3) 商圈选择与评估

第5章 零售组织设计 理论课时3 实践课时0

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 组织的类型 组织文化

2 知识要求:

- (1) 了解组织结构设计的要求;
- (2) 理解零售组织结构设计程序;
- (3) 小型独立商店、百货商店、区域连锁上的的组织结构;
- (4) 理解组织文化塑造

3 能力要求:

- (1) 懂得不同排列组合会产生迥异的效果
- (2) 比较分析能力
- (3) 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:

- (1) 零售组织结构设计的要求
- (2) 不同业态的组织结构范比较
- (3) 组织文化塑造

第6章 商品规划（运用） 理论课时6 实践课时0

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:

- (1) 了解如何圈定商品经营范围
- (2) 理解如何优化商品结构
- (3) 熟悉畅销商品的培养
- (4) 理解自有品牌的开发
- (5) 了解品类管理与单品管理

3 能力要求:

- (1) 品牌建设

- (2) 优化商品结构
- (3) 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 (运用) 理论课时 3 实践课时 0

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:

- (1) 了解商品采购流程的建立;
- (2) 理解供应商的选择与评估;
- (3) 比较商品采购制度;
- (4) 掌握采购人员的要求及考核;
- (5) 熟悉采购业务决策。

3 能力要求:

- (1) 采购环节是企业成败的关键
- (2) 甄别, 挑选供应商能力
- (3) 辨人识人的能力

4 课程思政:

爱岗敬业

5 教学难点:

- (1) 供应商的选择与评估
- (2) 采购人员的考核

第8章 价格管理 (运用) 理论课时 3 实践课时 0

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:

- (1) 了解零售商制定商品价格时要考虑的因素;
- (2) 熟悉两种不同价格政策;
- (3) 了解零售商初始价格的制定

(4) 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:

- (1) 科学制定价格能够有奇效;
- (2) 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:

- (1) 高/低价格政策
- (2) 稳定价格政策
- (3) 价格调整

第9章 促销管理(运用) 理论课时3 实践课时0

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:

- (1) 了解零售促销的定义及其组合因素的特征;
- (2) 理解零售促销活动的流程管理;
- (3) 掌握零售广告的特点及其媒体选择;
- (4) 了解销售促销的特点及其具体方式运用;
- (5) 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:

- (1) 促销流程管理
- (2) 公共关系的特点及常见形式

第10章 服务管理(运用) 理论课时3 实践课时0

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) 理论课时 3 实践课时 0

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) 理论课时 2 实践课时 0

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。

机动 (3 课时)

七、评价方式与成绩

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
1	期末考试	50%
X1	考勤及课堂表现	20%
X2	综合作业	20%
X3	阶段练习	10%

撰写人: 潘红梅

系主任审核签名: 

审核时间: 2023-2-14