**《商品流通》（课程）标准**

课程编号： 111212002119

适用专业：市场营销

课程类别：专业核心课

修课方式：必修

教学时数：72

1. 课程的性质和任务
2. **课程定位**

《商品流通》是市场营销专业的专业核心课程，是全面贯彻校企合作模式、基于产品质检员的工作过程开发的一门集市场营销业务知识与实践技能相结合的主干课程。旨在学生通过对商品学知识的学习，了解商品流通的过程，培养学生商品分类的能力、监督生产、质量检查、提高商品质量的能力、按照商品标准指导生产的综合运用能力、和商品包装、养护能力，同时对店长实务、市场营销综合实训等课程构成必要的能力支撑，提高学生综合素质。

1. **课程目标**

知识目标：帮助学生掌握商品流通的基本概念、理解商品分类和质检方法的原理和基本方法，树立正确的生产观念，正确认识企业的商品质检活动，熟练掌握按照商品标准指导生产的过程。

技能目标：紧密联系实际，加强商品流通案例分析，进行练习的讨论和展示，解决提高商品质量、分类、包装和养护等实际问题，切实提高分析问题、解决问题的能力。

态度目标：牢固质量第一的商品观念，并以此观念为指导研究和解决商品流通的理论和实际问题。

**（三）前导课程**

《推销实务》、《新媒体营销》等。

**（四）后续课程**

《市场营销综合实训》等

1. 课程内容标准
2. **教学单元划分及学时分配**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **教学单元** | | **教学时数** | |
| **单元内容** | **教学任务** | **理论**  **教学时数** | **实践**  **教学时数** |
| 第一章 概述 | 1.1 商品学的研究对象和内容 | 1 |  |
| 1.2 商品学的历史  1.3 商品学的研究方法 | 1 |  |
| 第二章 商品分类 | 2.1 商品分类的原则 | 1 |  |
| 2.2 分类标志和方法 | 1 | 2 |
| 2.3商品编码和编码方法 | 2 | 2 |
| 2.4 商品条形码 | 1 | 1 |
| 2.5 常见商品目录和分类体系 | 1 | 1 |
| 第三章 商品质量 | 3.1 商品质量的概念 | 1 |  |
| 3.2 质量分析与评价 | 2 | 2 |
| 3.3 质量管理与控制 | 2 | 2 |
| 第四章 商品标准 | 4.1 商品标准的含义 | 1 |  |
| 4.2 标准的级别和内容 | 1 | 2 |
| 4.3 标准化管理 | 2 | 2 |
| 第五章 质检与监督 | 5.1质检的含义 | 1 |  |
| 5.2质检的方法 | 1 | 3 |
| 5.3 质量的监管 | 1 | 1 |
| 第六章 商品包装 | 6.1包装材料 | 1 | 1 |
| 6.2包装技术 | 2 | 2 |
| 6.3包装标识 | 2 | 2 |
| 第七章 商品陈列 | 7.1 橱窗陈列 | 2 | 3 |
| 7.2柜台陈列 | 2 | 3 |
| 7.3展台陈列 | 2 | 2 |
| 第八章 商品养护 | 8.1质量变化的类型 | 1 | 1 |
| 8.2影响质量变化的因素和控制 | 2 | 2 |
| 8.3商品养护 | 2 | 2 |

1. **教学任务描述**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务一 | 商品学的概述 | | 教学时数 | 2 |
| 教学目标 | 掌握商品流通的研究对象、内容以及研究方法，了解商品流通产生发展简史，提高商品学的思维能力，养成光注日常生活中商品发展和发展规律的学习习惯能，运用所学知识进行分析。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1. 掌握商品学的研究对象和内容。 2. 了解商品流通的历史。 3. 了解商品流通的研究方法。 | 1. 能描述商品学的研究对象和内容。 2. 能说出商品流通的历史。 3. 能区别5个商品流通的研究方法。 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、查阅资料法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 学生独立完成复述商品学研究对象和内容，由学生同桌进行评价以及老师进行考核评价。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1. 具备一定的文字理解功底； 2. 具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备能引导和鼓励学生完成实训任务的能力。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务二 | 商品分类 | | 教学时数 | 12 |
| 教学目标 | 掌握商品分类的原则和方法，了解商品编码的内容和方法，列举出条形码的种类，了解常用商品目录和分类体系。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1. 掌握商品分类的原则和方法  2. 了解商品编码的内容和方法  3.了解商品条形码的种类  4.了解常用商品目录和分类体系 | 1.独立分析案例使用哪种分类原则和方法  2.描述商品编码的内容和方法  3.列举出条形码的种类  4.说出2种常用商品目录和分类体系 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 分析与商品分类原则和方法的相关的案例；  教师提前布置案例分析材料，学生利用课后时间熟悉案例资料、收集、相关背景材料，提交案例分析作业。  课堂表现占60%，作业占40%。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1.具备一定的文字理解功底；  2.具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备一定的课堂组织能力。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务三 | 商品质量 | | 教学时数 | 9 |
| 教学目标 | 理解商品质量的含义，掌握质量分析与评价的的方法，了解质量管理与控制的内容。从而能独立完成分析相关资料的任务，树立职业信心。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1. 理解商品质量的含义 2. 掌握质量分析与评价的的方法 3. 了解质量管理与控制的内容 | 1. 能说出商品质量的含义 2. 可以运用质量分析与评价的的方法分析相关案例 3. 观看相关视频可以指出和质量管理与控制相关的内容 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 学生能说出商品质量的含义，可以运用质量分析与评价的的方法分析相关案例，由老师进行评价和展示，学生相互进行考核评价. | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1. 具备一定的文字理解功底； 2. 具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备能引导和鼓励学生完成实训任务的能力。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务四 | 商品标准 | | 教学时数 | 8 |
| 教学目标 | 掌握商品标准的含义和意义，了解商品标准的级别，对标准化管理的内容有所了解，培养标准化生产的管理能力，和标准化质量生产的素养。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1商品标准的含义和意义。  2. 商品标准的级别  3. 标准化管理的内容有 | 1. 解释商品标准的含义。 2. 可以说出4种商品标准 的级别。 3. 可以浅谈标准化管理的内容 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、查阅资料法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 学生分组描述标准化管理的内容，由老师和学生相互进行考核评价。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1.具备一定的文字理解功底；  2.具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备一定的相关商品流通活动实践经验。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务五 | 商品质量检查与监督 | | 教学时数 | 7 |
| 教学目标 | 让学生熟悉和了解质量检查与监督的含义，掌握商品质量检查和监督的方法，并能运用这些知识完成对相应案例的分析，提升职业信心。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1. 熟悉和了解质量检查与监督的含义。 2. 掌握商品质量检查和监督的方法。 | 1. 能够解释质量检查与监督的含义。 2. 完成相应的案例分析。 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 完成相关的模拟情景操作；教师提前布置模拟情景案例材料，学生利用课后时间熟悉案例资料、收集、相关背景材料，提交案例对话作业。  课堂表现占60%，作业占40%。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1. 具备一定的文字理解功底； 2. 具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备能引导和鼓励学生完成实训任务的能力。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务六 | 商品包装 | | 教学时数 | 10 |
| 教学目标 | 让学生熟悉和了解商品包装的材料分类，掌握商品包装的标示的含义和方法，了解商品包装的技术要求，并能运用这些知识正确选择商品的包装实训，增加学生职业热情度。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1. 熟悉和了解商品包装的材料分类。 2. 掌握商品包装的标示的含义和方法。 3. 了解商品包装的技术要求。 | 1. 能说出不同包装材料的优缺点。 2. 能运用商品包装标示的含义和方法的知识，给情景模拟实行给出相应处理办法。 3. 可以判断相应视频里的包装技术是否合格。 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 完成相关的模拟情景对话；  教师提前布置模拟情景案例材料，学生利用课后时间熟悉案例资料、收集、相关背景材料，提交案例对话作业。  课堂表现占60%，作业占40%。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1.具备一定的文字理解功底；  2.具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备能引导和鼓励学生完成实训任务的能力。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务七 | 商品陈列 | | 教学时数 | 14 |
| 教学目标 | 根据企业实际案例，引导学生根据不同商品特点，按照店铺要求，借用适当的道具或工具，实际操作橱窗布置陈列、柜台货架陈列、主题专区陈列、展台搭建陈列，从而熟练掌握各种不同商品的陈列方法与技巧。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1.商品陈列的含义、基本原则。  2.橱窗陈列常见元素、橱窗的分类和常见的橱窗陈列方法。  3.柜台陈列的概念、类型、方法和技巧，以及货架陈列概念、方法和技巧。  4.展台的含义、方法和技巧。 | 1. 能根据给定商品完成店内外橱窗陈列。 2. 能根据店铺柜台陈列效果图并完成货架及柜台陈列。 3. 能根据营销主题完成商品专区陈列； 4. 能搭建简易展台并完成商品展台陈列。 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 采用学生自评、组内互评和教师评价相结合的手段，但在具体分值的分布上有差异，学生自评占30%，组内评分占30%，教师评分占40%。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1.具备一定的文字理解功底以及现场解说能力；  2.具备结合所学理论进行案例分析的能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备能引导和鼓励学生完成实训任务的能力。 | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学任务八 | 商品养护 | | 教学时数 | 10 |
| 教学目标 | 让学生了解商品质变的类型，理解商品质变的产生因素，熟悉质变的控制和科学养护的技巧，并能运用这些知识正确选择控制和养护方法的实训任务，增加学生职业热情度。 | | | |
| 教学内容 | 〖知识点〗 | 〖技能点〗 | | |
| 1.了解商品质变的类型。  2.理解商品质变的产生因素。  3.熟悉质变的控制和科学养护的技巧。 | 1. 完成质变连线题正确率达到90% 2. 提问不同质变类型后学生可以解释其产生的原因。 3. 运用质变的控制和科学养护的技巧，为质变商品提供建议。 | | |
| 教学方法 | 案例分析法、讲授法 | | | |
| 教学条件 | 多媒体、网络资源 | | | |
| 考核评价 | 运用质变的控制和科学养护的技巧，为质变商品提供建议。学生利用课后时间熟悉案例资料、收集、相关背景材料，提交建议作业。  课堂表现占60%，作业占40%。 | | | |
| 学生的知识和  能力要求 | 1.具备一定的文字理解功底；  2.具备结合所学理论进行案例分析的能力和动手操作能力。 | | | |
| 教师的知识和  能力要求 | 1.具备深入浅出地讲解书本相关理论的能力；  2.具备丰富的商品学知识和案例储备；  3.具备能引导和鼓励学生完成实训任务的能力。 | | | |

1. 课程实施建议
2. **课程教学模式**

以教师教学和学生自学为主。

教师教学的模式为：复习旧课—激发学习动机—讲授新课—巩固练习—检查评价—间隔性复习。在教学过程中，讲究深入浅出、讲究趣味性。

学生自学的模式为：自学—讨论—启发—总结—练习巩固。教师布置任务或情境，引导学生自主探讨，充分发挥学生的学习自主性和主体性。

1. **教学方法**

1. 教师主导，启发引导（示范法）

2. 海量案例，强化认知（案例分析法）

^ 3. 情景案例任务，激发兴趣（项目教学法）

4. 学生主体，发挥主动性（查阅资料法）

每次课都会通过相应的任务设置引导学生进行学习讨论，通过完成任务不断巩固所学知识，提升能力。

1. **教学条件**
2. **标准与规范**

教学标准

（1）坚持以学生掌握商品学知识能力为核心的教学思想，在分重点、基本完整讲授“必需、够用”的理论知识的同时，强化实践环节，突出学生市场营销综合素质和职业能力培养，注重以质检员工作岗位任务案例或项目激发学生学习知识和学习技能的兴趣，以提高学生营销实践能力和创新能力，为学习营销的其他专项技能打好基础。

（2）坚持“德育”培养，结合课程教学内容，对学生进行营销职业道德教育，着力培养学生诚实、守信、爱岗敬业、善于沟通和团队合作等良好的思想道德素质。

（3）教学中应充分发挥教师的主导性作用和学生的主体性作用，注重“教”与“学”之间的平等交流的教学模式与氛围。

（4）教学中应注重职业情景的创设，以多媒体课件、案例分析、小组活动等丰富多彩的形式，提高课堂的趣味性，培养和提高学生的整体素质和营销综合职业能力。

（5）教学中教师要不断更新教学观念，结合社会上对电话营销人才的需求，研究市场营销人才特点，不断完善教学方式。

（6）本课程标准为参考性教学标准，教师可根据教学对象的实际和营销实践的发展调整课程教学标准，丰富教学内容。条件允许的情况下，可以安排学生进行市场调研、产品推销、广告宣传等营销实践和社会实践活动，实现学校教育与社会教育的结合。

教学规范

1. 课前准备工作规范

任课教师在上课之前必须认真熟悉教材，把握教学内容，准确解读教材明确重难点，设计教学过程，写好规范教案。合理地选择信息化教学手段辅助教学。

1. 讲课规范

认真对待上课，精心组织课堂，不得随意调课、补课、停课。

每堂课必须提前到达教室作好上课准备，保证课程内容充实，不得随意安排学生自习。 定期与学生交流，及时了解学生对教师任课的反馈情况，不断改进提高教学水平和教学质量。

课堂教学过程不得接打电话，收发短信，不得无故拖堂，不得无故离开教室。

1. 组织实训规范

在进行相关实训项目前，教师必须详细拟定实训课题，实训目的，实训任务要求，实训步骤等，让学生充分明白实训课堂的内容，保证学生人人都参与。

1. 作业批改规范

课后认真批改学生作业，及时登记学生的作业完成情况，并做好反馈。同时，根据学生的作业情况，也可以对自己的教学情况进行反思和调整。

1. **教学设施**

本课程的教学主要是在多媒体教室进行，多媒体教学能将抽象的知识直观化，形象化，激发学生的学习兴趣，增大教学信息量，提高教学效率。运用形式多样的课件教学，也可以活跃课堂氛围。

1. **实训条件**

部分课堂实训可以选择有WIFI网络覆盖的实训室进行，建议人手一台手机，可以辅助学生上网查询资料，完成相关实训，网络教学资源也比较丰富。条件允许的情况下，可以请一线的质检人员来进行相关实训的引导，或者安排学生介入企业了解相关的质检活动。

1. **课程考评方法**

课程成绩=平时\*60%+期终\*40%

1．体现学生在评价中的主体地位，注重引导学生自我学习、自我实践、自我管理、自我评价。

2．理论考核与实训考核相结合的方式，积极引导学生重视电话营销职业能力的培养。

3．把学生的职业道德、职业情感、职业责任纳入考核范围，以引导学生注重综合职业素质、特别是思想道德品质素质的培养。

4．注重过程考核，平时考核与期末考核相结合。，结合学生的课堂表现、案例分析、课后作业、模拟实践等环节的表现与成果进行评价。

5．根据平时的考评，及时调整教学内容、教学手段、教学形式和教学方法。

1. 参考文献
2. **教材**

何牧、冯露，《商品流通》，中国财富出版社

1. **参考资料**

1.程虹，《中国质量怎么了》[M]，武汉：湖北科学技术出版社，2013

2.万融，《商品学概论》（第六版）[M]，北京：中国人民大学出版社，20016