



# 课程整体教学设计

(2021-2022 第二学期)

课程名称：           连锁经营          

所属专业：           工商企业管理          

制 定 人：           王 怡 源          

制定时间：           2022 年 2 月修订



# 课程整体教学设计

## 一、课程基本信息

课程名称：连锁经营		
课程代码：270411	学分：3.5	学时：56
授课时间：第2学期	授课对象：工商企业管理2019级一二班	
课程类型：专业课 必修课		
有关的先修课程：管理学、企业管理、供应链管理、客户管理、营销管理、物流管理、财务管理	有关的后续课程：连锁企业信息管理、连锁企业门店运营管理	

## 二、课程定位

### (一) 学生所在专业面向的岗位(群)

职业领域	岗位面向	主要就业岗位	相关就业岗位
1. 连锁门店管理 2. 连锁企业管理	初始就业岗位	连锁企业部门业务人员 连锁企业门店管理人员	零售企业管理 岗位
	发展就业岗位	连锁企业部门主管 连锁企业高级管理人员	

### (二) 本课程与中职、高职(专科、本科)、普通高校、培训班同类课程的区别

层次	区别
本科	相对本科课程,在开店管理模块增加了连锁店铺的卖场设计与商品陈列内容,更具实践意义
中职	相对中职课程,根据连锁经营的理论原理,构筑了相对完整的知识体系,理论水平要高,知识体系更加完善
培训班	相对于培训班,不仅理论水平要高,理论设计的范围较广,综合水平要高.



### 三、课程目标

#### （一）总体目标：

作为工商管理专业（连锁方向）的一门专业必基础修课程，从连锁经营管理的理论和实务双角度出发，既要注重连锁经营整体知识体系的构筑，也增加相应的实务案例及实务操作内容，争取做到理论与实践的教学统一。希望学生通过本课程的学习，既能习得有关连锁经营管理相对完整的理论知识，又能具备一定的实务操作能力，以上能满足连锁企业对专业型经管人才的企业管理能力、中能具备对连锁店铺进行独立管理的店铺管理能力、下能适应连锁店铺对实际业务人员的业务操作能力的培养为课程教学的总体目标。

#### （二）素质目标：

使学生具备有关连锁经营管理的相对完整的知识体系，从理论角度，连锁经营的运行原理、运行流程、流程板块和板块构成，从实践角度，熟悉连锁企业管理和连锁店铺管理的实际操作，了解连锁行业的发展历程、发展现状、现存问题、发展趋势等，养成对连锁经营企业的运行现状、现存问题及未来发展方向的分析能力、判断能力和应对能力，并能从中寻找到就业乃至创业的机会等方面能力素质，最终发展成为连锁经营管理的理论型和应用型的复合型职业人才。

#### （三）知识目标：

① 掌握连锁经营的基本理论、连锁经营的基本特征和基本模式及其所蕴含的优势和风险；

② 熟悉连锁经营开店的战略、路径、基本原则及开店流程，掌握分店选址的理论和决策流程，熟悉店铺的布局、设计和商品管理；

③ 了解连锁企业营销管理的意义、现存问题、优化策略、市场细分和定位、熟悉连锁企业的营销策略；

④ 掌握商品采购的定义、制度、方式、及应注意的问题，熟悉连锁企业商品采购的组织管理、业务流程及商品库存管理，了解商品采购及管理的相关表格；

⑤ 熟悉配送的概念及其与物流的关系，了解连锁企业的配送现状、配送模式类型，掌握连锁企业的配送模式分析与选择，熟悉和掌握配送中心的概念、选址和作业流程；

⑥ 掌握财务管理的概念、意义与特点，了解不同连锁经营形态间财务管理



的区别，熟悉连锁企业财务管理的主要内容和财务经营分析；

⑦ 熟悉信息管理及其管理系统在连锁企业中的功用和作用，了解连锁企业信息管理系统的主要内容和构成，熟悉连锁企业信息系统的應用；

⑧ 掌握连锁企业的满意度管理，熟悉连锁企业的员工满意度管理、顾客满意度管理、社区满意度管理和股东满意度管理，掌握并熟悉连锁企业满意度管理的应用；

⑨ 了解连锁经营的起源、发展历程、发展现状，掌握现代连锁企业的发展趋势、新型业态，探索现代连锁企业的管理手段，了解新零售时代的多方跨界融合。

#### （四）能力目标：

1. 具备一定的理解分析能力。能对连锁经营行业的发展业态和未来发展趋势具备基本的理解分析能力，明确连锁行业及企业的未来发展对于人才的具体需求，并对连锁企业的行业和企业未来发展提出相对准确乃至独到的见解。

2. 具备的一定的企业管理能力。能整体把握连锁企业的物流、资金流、信息流及“人”流的具体流程，对连锁企业各个流程的发展现状及其存在问题具备一定的分辨能力，并能根据企业的现存问题提出相应的管理对策。

3. 具备一定的选址决策能力。能准确把握连锁企业的主要对象客户，并能对连锁企业的市场进行细分和定位，根据市场划分和地位对连锁企业的分店选址进行决策分析。

4. 具有一定的实际操作能力。能对连锁企业的分店进行能够具体的布局、设计，对店铺的商品进行定位、分类、组合及陈列，能分辨店铺的畅销产品、滞销产品及品牌产品，对产品进行分类管理。

## 四、课程的知识 and 理论内容

序号	模块	工作任务	学时
1	连锁经营概述	了解连锁经营的历史沿革和发展现状 掌握连锁经营和连锁经营基本理论的内涵 掌握连锁经营的基本特征和基本模式 熟悉连锁经营的几种主要业态及其长短点 了解连锁经营的优势和风险	8
2	连锁经营开店管理	熟悉连锁经营开店的战略、路径、基本原则及开店流程 掌握连锁经营分店选址的理论与决策流程	8



		<p>熟悉连锁经营分店的布局和设计</p> <p>掌握连锁经营分店的商品管理</p> <p>了解连锁经营分店的组织结构及管理职责设计</p>	
3	连锁企业营销管理	<p>了解连锁企业影响管理的意义</p> <p>了解连锁企业营销管理存在的问题和优化策略</p> <p>了解连锁企业的市场细分和定位</p> <p>熟悉连锁企业的营销策略内容</p>	6
4	连锁企业采购管理	<p>掌握商品采购的定义</p> <p>了解商品采购的制度、方式以及商品采购中应注意的问题</p> <p>熟悉连锁企业商品采购的组织管理</p> <p>熟悉连锁企业商品采购的业务流程管理，并能简述新商品引进的业务流程</p> <p>熟悉商连锁企业商品管理的相关内容</p> <p>了解商品采购与管理的相关表格</p>	6
5	连锁企业配送管理	<p>熟悉配送的概念及其与物流的关系</p> <p>了解连锁企业的配送现状</p> <p>了解连锁企业的配送模式类型</p> <p>掌握连锁企业的配送模式分析与选择</p> <p>熟悉配送中心的概念</p> <p>掌握配送中心的选址方法</p> <p>掌握配送中心的作业流程</p>	8
6	连锁企业财务管理	<p>掌握财务管理的概念、意义和特点</p> <p>了解不同连锁经营形态财务管理的区别</p> <p>熟悉连锁企业财务管理的主要内容</p> <p>熟悉连锁企业财务管理分析</p>	8
7	连锁企业信息管理	<p>了解信息对连锁管理的重要性</p> <p>了解连锁企业信息管理系统</p> <p>了解连锁企业信息管理系统的主要内容</p> <p>熟悉信息管理系统在连锁企中的功能和作用</p> <p>熟悉连锁企业信息系统的應用</p>	6
8	连锁企业满意度管理	<p>掌握连锁企业满意度管理</p> <p>熟悉员工满意度管理、顾客满意度管理、社区满意度管理和股东满意度管理</p> <p>熟悉连锁企业满意度管理的作用</p>	4
9	连锁企业发展趋势	<p>掌握现代连锁企业发展趋势</p> <p>了解现代连锁企业新形态发展</p> <p>探索现代连锁企业管理手段</p> <p>了解新零售时代的多方扩界融合</p>	2
合计			56



## 五、课程进度表

单元	周次	学时	模块	章节标题	能力/知识目标	教学重点	教学难点	师生活动	可演示的结果
1	1	2	模块一 连锁经营概述	章节一 连锁企业的历史沿革和发展现状	了解连锁经营的起源、发展阶段和发展历程；熟悉连锁经营的发展现状及探索。	了解连锁经营的起源、发展阶段和发展历程；熟悉连锁经营的发展现状及探索。	了解连锁经营的起源、发展阶段和发展历程；熟悉连锁经营的发展现状及探索。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
2	1 / 2	4		章节二 连锁经营的基本理论	熟悉连锁经营的内涵、特征及与传统经营的本质区别； 了解连锁经营的优势及风险。 熟悉连锁经营的基本模式及不同模式类型间优缺点； 掌握连锁经营的基本原则	熟悉连锁经营的内涵、特征及与传统经营的本质区别； 了解连锁经营的优势及风险。 熟悉连锁经营的基本模式及不同模式类型间优缺点； 掌握连锁经营的基本原则	熟悉连锁经营的内涵、特征及与传统经营的本质区别； 了解连锁经营的优势及风险。 熟悉连锁经营的基本模式及不同模式类型间优缺点； 掌握连锁经营的基本原则	理论讲述 师生互动	PPT 课件
3	2	2		章节三 连锁经营的供应链管理	掌握连锁经营的供应链的构成环节； 掌握连锁经营供应链构成环节在本课程的对应章节。	掌握连锁经营的供应链的构成环节； 掌握连锁经营供应链构成环节在本课程的对应章节。	掌握连锁经营的供应链的构成环节； 掌握连锁经营供应链构成环节在本课程的对应章节。	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
4	3	4	模块二 连锁经营开店管理	章节四 连锁经营的店铺开发与选址	熟悉店铺开发的布局战略和门店的 S&B 战略； 掌握店铺开发的路径、基本原则和流程； 了解店铺选址的重要性； 掌握连锁经营店铺选址的商圈分析法和地点分析法； 熟悉连锁经营店铺选址的决策流程。	熟悉店铺开发的布局战略和门店的 S&B 战略； 掌握店铺开发的路径、基本原则和流程； 掌握连锁经营店铺选址的商圈分析法和地点分析法； 熟悉连锁经营店铺选址的决策流程。	掌握连锁经营店铺选址的商圈分析法和地点分析法。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
5	4	2		章节五 连锁分店的管理	掌握连锁经营分店的设计与布局原则和注意事项； 熟悉连锁经营分店内的设计与布局原则和内容； 了解连锁经营分店的组织结构和岗位职责。	掌握连锁经营分店的设计与布局原则和注意事项； 熟悉连锁经营分店内的设计与布局原则和	掌握连锁经营分店的设计与布局原则和注意事项； 熟悉连锁经营分店内的设计与布局原则和	理论讲述 师生互动	PPT 课件



					内容。	局原则和内容。			
6	4	2		章节六 连锁分店的 商品管理	熟悉连锁经营分店的商品分类方法和依据； 熟悉连锁经营分店的商品定位方式及因素； 熟悉连锁经营分店的商品补充的业务流程； 掌握连锁经营分店的商品陈列方法和要求。	熟悉连锁经营分店的商品分类方法和依据； 熟悉连锁经营分店的商品定位方式及因素； 熟悉连锁经营分店的商品补充的业务流程； 掌握连锁经营分店的商品陈列方法和要求。	掌握连锁经营分店的商品陈列方法和要求。	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
7	5	2	模块三 连锁企业 营销管理	章节七 连锁企业 营销概述	了解连锁企业营销管理的含义、意义及内容，以及当前连锁企业营销管理存在的问题及相应的优化策略； 掌握连锁经营的市场细分、目标市场选定和市场定位的营销管理方法；	掌握连锁经营的市场细分、目标市场选定和市场定位的营销管理方法；	掌握连锁经营的市场细分、目标市场选定和市场定位的营销管理方法；	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
8	5	2		章节八 连锁企业的 促销策略	了解连锁企业市场营销策略的类别； 掌握产品营销、价格营销、渠道营销、广告营销及公关促销等策略作用及内容。	掌握产品营销、价格营销、渠道营销、广告营销及公关促销等策略作用及内容。	掌握产品营销、价格营销、渠道营销、广告营销、广告营销及公关促销等策略作用及内容。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
9	6	2		章节九 连锁企业的 营业推广	了解连锁企业营业推广的含义与作用； 熟悉连锁企业营业推广的种类； 掌握连锁企业营业推广的内容。	熟悉连锁企业营业推广的种类； 掌握连锁企业营业推广的内容。	熟悉连锁企业营业推广的种类； 掌握连锁企业营业推广的内容。	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
10	6	2	模块四 连锁企业 采购管理	章节十 连锁企业 商品采购 概述	了解商品采购的定义及其对连锁企业的意义； 熟悉连锁企业商品采购的制度、方式及应注意的问题； 熟悉连锁企业商品采购部门的功能及组织管理。	熟悉连锁企业商品采购的制度、方式及应注意的问题； 熟悉连锁企业商品采购部门的功能及组织管理。	熟悉连锁企业商品采购的制度、方式及应注意的问题。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
11	7	4		章节十一 连锁企业 商品采购的 业务管理	熟悉连锁企业商品采购的业务流程； 掌握连锁企业商品采购时间的确定方法； 掌握连锁企业商品采购项目和数量的确定方法。	熟悉连锁企业商品采购的业务流程； 掌握连锁企业商品采购时间的确定方法； 掌握连锁企业商品采购项目和数量的确定方法。	掌握连锁企业商品采购时间的确定方法； 掌握连锁企业商品采购项目和数量的确定方法。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
12	8	2		章节十二 连锁企业 商品采购的	了解连锁企业供应商的准入制度； 掌握连锁企业供应商管理的内容；	掌握连锁企业供应商管理的内容； 掌握连锁企业商品采购的谈判流程、谈判内	掌握连锁企业供应商管理的内容；	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告



				谈判管理	掌握连锁企业商品采购的谈判流程、谈判内容及应注意的问题。	容及应注意的问题。	掌握连锁企业商品采购的谈判流程、谈判内容及应注意的问题。		
13	8	2	模块五 连锁企业 配送管理	章节十三 连锁企业 配送概述	熟悉配送的内涵、目标及其与物流间的关系； 了解连锁企业配送的含义与特点； 了解中外连锁企业的配送现状和发展趋势。	熟悉配送的内涵、目标及其与物流间的关系； 了解中外连锁企业的配送现状和发展趋势。	熟悉配送的内涵、目标及其与物流间的关系； 了解中外连锁企业的配送现状和发展趋势。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
14	9	2		章节十四 连锁企业的 配送模式 的选定	熟悉连锁企业配送模式的类型、内容、优缺点及适用范围； 掌握连锁企业配送模式类型的选定指标。	熟悉连锁企业配送模式的类型、内容、优缺点及适用范围； 掌握连锁企业配送模式类型的选定指标。	熟悉连锁企业配送模式的类型、内容、优缺点及适用范围； 掌握连锁企业配送模式类型的选定指标。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
15	9 / 10	4		章节十五 连锁企业的 配送中心 管理	了解连锁企业配送中心的内涵、形成、类型及作用； 熟悉连锁企业配送中心的建设途径； 掌握连锁企业配送中的建设规划； 掌握连锁企业配送中心的经营管理。	熟悉连锁企业配送中心的建设途径； 掌握连锁企业配送中的建设规划； 掌握连锁企业配送中心的经营管理。	掌握连锁企业配送中心的经营管理。	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
16	10	2	模块六 连锁企业 财务管理	章节十六 连锁企业 财务管理 概述与内容	了解连锁企业财务管理的内涵、意义和特点； 了解不同连锁经营形态财务管理的区别； 掌握连锁企业财务管理的主要内容：资金管理、资产管理、成本费用管理、投资决策、融资决策等。 熟悉连锁企业资产管理的风险防范。	掌握连锁企业财务管理的主要内容：资金管理、资产管理、成本费用管理、投资决策、融资决策等。	掌握连锁企业财务管理的主要内容：资金管理、资产管理、成本费用管理、投资决策、融资决策等。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
17	11	4		章节十七 连锁企业 财务经营 分析	熟悉连锁企业财务报告的类别表格及构成； 掌握连锁企业财务经营的分析方法。	熟悉连锁企业财务报告的类别表格及构成； 掌握连锁企业财务经营的分析方法。	掌握连锁企业财务经营的分析方法。	理论讲述 师生互动	PPT 课件
18	12	4	模块七 连锁企业 信息	章节十八 连锁经营 信息管理 概述	掌握知识经济时代信息的内涵及其对企业管理的作用：数据、信息与知识间的关系梳理； 熟悉连锁企业信息管理的内容构成。	掌握知识经济时代信息的内涵及其对企业管理的作用：数据、信息与知识间的关系梳理； 熟悉连锁企业信息管理的内容构成。	掌握知识经济时代信息的内涵及其对企业管理的作用：数据、信息与知识间的关系梳理。	理论讲述 师生互动	PPT 课件



19	13	2	管理	章节十九 连锁企业 信息信息	熟悉连锁企业信息系统的建设层次、主要内容及其所要体现的功能和作用； 熟悉连锁企业信息管理系统的应用：前台销售系统、后台销售系统、电子订货系统等。	熟悉连锁企业信息系统的建设层次、主要内容及其所要体现的功能和作用； 熟悉连锁企业信息管理系统的应用：前台销售系统、后台销售系统、电子订货系统等。	熟悉连锁企业信息系统的建设层次、主要内容及其所要体现的功能和作用。	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
20	13 / 14	4	模块八 连锁企业 客户管理	章节二十 连锁企业 客户管理	了解连锁企业满意度管理的类别； 掌握员工满意度管理的内容、目的、方法与步骤及员工满意度的提升方式； 掌握顾客满意度管理的内容、目标、方法与步骤以及顾客满意度的提升方式； 掌握社区满意度管理的内容、方法、步骤及其提升方式； 掌握股东满意度管理的内容、方法、步骤及其提升方式	掌握员工满意度管理的内容、目的、方法与步骤及员工满意度的提升方式； 掌握顾客满意度管理的内容、目标、方法与步骤以及顾客满意度的提升方式； 掌握社区满意度管理的内容、方法、步骤及其提升方式； 掌握股东满意度管理的内容、方法、步骤及其提升方式	掌握员工满意度管理的内容、目的、方法与步骤及员工满意度的提升方式； 掌握顾客满意度管理的内容、目标、方法与步骤以及顾客满意度的提升方式； 掌握社区满意度管理的内容、方法、步骤及其提升方式； 掌握股东满意度管理的内容、方法、步骤及其提升方式	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告
21	14	2	模块九 现代连锁企业 发展趋势	章节二十一 连锁企业 发展趋势	了解连锁企业的发展现状； 了解连锁企业变革与转型； 熟悉连锁企业的新型管理手段； 熟悉新零售时代的多方跨界融合。	了解连锁企业的发展现状； 了解连锁企业变革与转型； 熟悉连锁企业的新型管理手段； 熟悉新零售时代的多方跨界融合。	熟悉连锁企业的新型管理手段； 熟悉新零售时代的多方跨界融合。	理论讲述 师生互动 社会调研	PPT 课件 调研报告

注释：课上时间由教师带领学生完成工作任务，所需要的相关背景知识由学生在课下观看视频和查阅教学参考书自行学习。



## 六、项目情境设计

编号	项目名称	素质目标	知识目标	能力目标	教学方式	结果
1	模块一 连锁企业 开店战略 设计	明确开店的路径、原则及流程，了解分店的选址依据及决策流程，掌握开店的布局及设计，了解开店的商品管理，和分店的组织结构及管理职责	熟悉连锁经营开店的战略、路径、基本原则及开店流程 掌握连锁经营分店选址的理论与决策流程 熟悉连锁经营分店的布局和设计 掌握连锁经营分店的商品管理 了解连锁经营分店的组织结构及管理职责设计	具备分店选址的能力 具备分店的布局及设计能力 具备分店商品管理的能力 具备分店的整体管理能力	①分组讨论 ②社会调研	调研报告
2	模块二 连锁企业 营销策略	明确营销管理对连锁企业的意义，了解当前连锁企业营销管理存在的问题及其对应优化策略，掌握市场细分及定位的方法，了解连锁企业营销策略的类别及内涵。	了解连锁企业营销管理的意义 了解连锁企业营销管理存在的问题和优化策略 了解连锁企业的市场细分和定位 熟悉连锁企业的营销策略内容	具备对目标连锁企业营销管理的现状、优缺点的分析能力 具备对目标连锁企业进行市场细分和定位的判断能力 具备对目标连锁企业提出营销策略的决策能力	①分组讨论 ②社会调研	调研报告
3	模块三 连锁企业 采购管理	明确连锁企业商品采购的重要性，把握商品采购的主要内容，熟悉连锁企业商品采购的制度、方式及注意事项； 把握连锁企业商品的组织管理、业务流程管理。	掌握商品采购的定义 了解商品采购的制度、方式以及商品采购中应注意的问题 熟悉连锁企业商品采购的组织管理 熟悉连锁企业商品采购的业务流程管理，并能简述新商品引进的业务流程 熟悉商连锁企业商品管理的相关内容	具备能根据连锁企业商品采购的业务流程进行新商品采购的能力； 具备对连锁企业现行商品采购流程进行分析的能力； 具备对连锁企业商品采购流程进行再设计的能力。	①分组讨论 ②社会调研	调研报告
	章节四	明确连锁企业商品配送内涵	熟悉配送的概念及其与物流的关系	具备对目标连锁企业商品配送模式的类型	①分组讨论	调研



4	连锁企业配送设计	及重要性,掌握连锁企业商品配送的模式类型及其优缺点,明确连锁企业商品配送中心对于连锁企业的功能和作用,掌握商品配送中心选址方法和作业流程。	了解连锁企业的配送现状 了解连锁企业的配送模式类型 掌握连锁企业的配送模式分析与选择 熟悉配送中心的概念 掌握配送中心的选址方法和作用流程	及其优缺点的分析能力; 具备对目标连锁企业商品配送模式进行设计及选择的决策能力; 具备对目标连锁企业配送中心进行选址和熟悉作业流程的能力。	②社会调研	报告
5	模块五 连锁企业财务管理	了解连锁企业财务管理的内涵、意义及特点,熟悉不同连锁经营形态财务管理区别和具备内容,了解对连锁企业财务管理的分析步骤和方法。	掌握财务管理的概念、意义和特点 了解不同连锁经营形态财务管理的区别 熟悉连锁企业财务管理的主要内容 熟悉连锁企业财务管理分析	具备区别不同连锁经营形态财务管理的类型和具体内容的能力; 具备对目标连锁企业及分店进行财务分析的能力。	①分组讨论 ②社会调研	调研报告
6	模块六 连锁企业信息系统设计	了解信息及信息管理系统对于网状化连锁企业管理的重要性,了解连锁企业信息管理系统的构成、功能及作用,熟悉如何应用连锁企业的信息系统。	了解信息对连锁管理的重要性 了解连锁企业信息管理系统 了解连锁企业信息管理系统的主要内容 熟悉信息管理系统在连锁企中的功能和作用 熟悉连锁企业信息系统的的应用	具备应用连锁企业信息系统的操作能力; 具备对连锁企业信息系统的的信息获取能力; 具备对连锁企业信息系统的的信息解读及应用能力。	①分组讨论 ②社会调研	调研报告
7	模块七 连锁企业满意度调研	了解连锁企业满意度管理的内容及类型,明确满意度管理对连锁企业的作用。	掌握连锁企业满意度管理 熟悉员工满意度管理、顾客满意度管理、社区满意度管理和股东满意度管理 熟悉连锁企业满意度管理的作用	具备对连锁企业满意度问卷的设计能力; 具备对连锁企业满意度调研的能力; 具备对连锁企业满意度调研数据的解读及应用能力。	①分组讨论 ②社会调研	调研报告
8	模块八 连锁企业未来发展态势调研	了解连锁企业的发展趋势和新型发展形态,掌握对连锁企业未来发展态势的分析和判断依据。	掌握现代连锁企业发展趋势 了解现代连锁企业新形态发展 探索现代连锁企业管理手段 了解新零售时代的多方扩界融合	具备对连锁企业发展趋势和未来发展态势的分析和判断能力; 具备对连锁企业未来新型发展形态的敏感能力; 具备对新零售时代多方合作的融合能力。	①分组讨论 ②社会调研	调研报告



## 七、第一节课的设计构成

步骤	授课步骤	授课内容	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1	课前任务	师生互识	教师自我介绍	师生互动	5-10
		课程目标	讲述课程内容构成, 课程的总体目标、知识目标、能力目标和素质目标, 课程的学习方式和步骤, 课程的学习要求等, 并回答学生疑问。	有关本学期授课方式、作业情况及考试情况的提问	10
		阐述授课方式及考核方式		释疑	5-10
2	课堂任务	提出问题	解决一个“why”的问题: 为什么我们要研究和学习“连锁经营”?	观看授课资料, 师生互动	5-10
		分析问题	这是一个相对比较宽泛的问题, 首先应考虑从哪个几方面来回答这个问题, 注重引导学生良好思维模式的养成, 否则答案也会相对比较空洞, 既会失去实际意义, 又不能引起学生对连锁经营的兴趣。 方面划分: 1. 根本原因: 社会发展的历史必然性; 2. 主要原因: 所产生的巨大经济效益; 3. 直接原因: 我国连锁行业的现存问题。	观看授课资料, 师生互动	15
		解决问题	1. 根本原因: 社会发展的历史必然性: 1.1 古代连锁经营的萌芽状态; 1.2 社会化大生产的产物; 1.3 社会营商环境的改善。 2. 主要原因: 巨大的经济效益 2.1 西方发达国家的连锁业 1) 美国, 2) 欧洲, 3) 日本 2.2 我国的连锁业 1) 发展历程, 2) 发展现状及规模 2.3 二者间的比较	观看授课资料, 师生互动	30



			<p>3. 直接原因：我国连锁行业的现存问题</p> <p>1) 认识的误区，2) 体制的制约，</p> <p>2) 利润低，4) 商品配送的制约，</p> <p>5) 资金与技术的制约，6) 管理的薄弱。</p>		
3	内容总结	认识课程	<p>1. 连锁经营是社会发展的必然产物，将长期存在，也将不断发展；</p> <p>2. 连锁经营行业经济效益巨大，我们应改变对连锁经营的片面认知；</p> <p>3. 我国连锁业现存问题昭示着我国连锁业仍有较大发展空间，仍会产生许多的就业和创业机会；</p> <p>4. 连锁行业的变革和发展会对具备连锁经营知识体系的职业型人才产生巨大的需求。</p>	思考，并讨论	10
4	任务给出	下节任务	<p>解决一个“what”的问题： “连锁经营”是什么？</p>	课后任务布置	5



## 八、最后一节课的设计构成

步骤	教学内容及能力 /知识目标	教师活动	学生活动	时间 (分钟)
1	课程总结	引导学生进行本学期的课程知识点总结,教师归纳课程知识体系及授课任务的完成情况。	学生自我总结课程知识点,回去本学期的学期状况	20
2	未来连锁经营的发展趋势	讲述连锁企业未来的发展态势和发展方向,引导学生找到切入连锁经营行业的方向和切入点。	观看授课资料, 师生互动	15
3	当前连锁企业的变革与转型	讲述当前连锁企业存在哪些方面的变革和转型,特别是互联网、人工智能和电子商务等对连锁企业多带来的冲击,引导学生对连锁经营的理念创新。	观看授课资料, 师生互动	10
4	连锁企业新形态的发展研究	讲述当前对连锁企业新形态发展存在哪些前瞻性的研究,阐述这些研究在当前的连锁经营中的实现可能性,进一步引导学生对连锁经营的理念创新。	观看授课资料, 师生互动	15
5	连锁企业新型管理手段的探索	讲述当前连锁企业的发展趋势、发展新业态及其新形态的发展研究,阐述当前连锁企业所采用的新型管理手段及对物联网、人工智能、区块链及大数据的应用,以及对新型管理手段的应用如何实现连锁经营的全渠道营销和供应链的重塑,进而引导新零售时代的多方跨界合作。激发学生对连锁经营的兴趣和创新激情。	观看授课资料, 师生互动	20
6	感言与鼓励	鼓励学生积极投身连锁经营行业,结合当前连锁行业的现存问题、发展趋势、新形态探索及新型管理手段的探索,鼓励学生对于连锁经营的创新与创业。	师生互动	10



## 九、考核方案

成绩构成	比重%	说明	考核时间
期末考试	50	期末考试成绩	期末考察
课堂表现	20	师生互动	随堂
社会调研	30	调研报告	随堂

## 十、教学资源（指教材或讲义、参考资料、所需仪器、设备、网络学习资源等）

### （一）教材

1、普通高等教育经管类专业“十三五”规划教材《现代连锁经营与管理》，汤伟伟 主编，清华大学出版社，2020年1月第3版。

### （二）主要教学参考资料：

1. 高职高专经济管理基础课系列教材《连锁经营管理原理与实务》，陈玲主编，清华大学出版社，2020年2月第4版。

2、高职高专规划教材《连锁企业经营管理与实务》，杨高英主编，化学工业出版社，2020年1月第2版

3、高职高专连锁经营主干课规划教材《连锁企业信息管理》，李艳军主编，厦门大学出版社，2014年1月第1版

4、21世纪全国高等院校连锁经营类规划教材《连锁企业信息系统管理》，陈拥军主编，北京大学出版社，2017年1月第5版

### （三）教学设备

种类	描述
教学场地	教室
教学设施	多媒体投影设备
教学资料	课程平台（内有教学视频、电子讲义、教学案例等） 教学参考书