|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 任务名称 | 连锁门店促销管理 | | 授课类型：新授 | | | 授课时间：第 周 | |
| 教学目标 | 能力目标 | 能够根据目标设计促销活动 | | | | | |
| 知识目标 | 1. 掌握连锁企业促销方式 2. 掌握连锁门店促销活动的策划实施和评估 | | | | | |
| 素质目标 | 1. 具备实际操作的能力 2. 具备独立学习和思考的能力 | | | | | |
| 思政目标 | 培养系统性思维和辩证思维，教育学生合理组织利用门店资源；  培养学生勤奋劳动的观念养成能够从宏观、微观等多角度分析问题、看待事物的良好思维习惯；培养学生的审美意识 | | | | | |
| 教学任务 | 1. | 情境导入，任务介绍，提出问题引导讨论 | | | | | |
| 2. | 搜集资料，完成任务分析报告 | | | | | |
| 3. | 检查理论知识学习 | | | | | |
| 4. | 展示工作成果 | | | | | |
| 5. | 布置作业 | | | | | |
| 教学重点难点 | 重点 | 连锁门店促销活动策划 | | 解决方法 | 学生讨论，重点分析 | | |
| 难点 |
| 教学方法与手段 | 教学方法 | 课堂讲授、情景教学法、讨论法、演示法 | | | | | |
| 教学手段 | 多媒体 | | | | | |
| 使用教材及相关教学资源 | 教材才  电子教案  任务工单 | | | | | | |
| 教学小结 |  | | | | | | |
| 教学设计 | | | | | | | |
| 教学内容、步骤 | | | | | | | 教学设计 |
| 连锁门店进行合适的促销活动是指对既有顾客和潜在顾客，运用各种各样积极的方式，吸引他们，并进而刺激他们的购买需求，以增进商店中各类商品的销售。  学校运动会召开期间，校园超市计划举办一波促销活动，请根据校园超市的情况，设计一个可行的促销活动方案。 | | | | | | | 设置教学情境，导入教学任务（5分钟） |
| 【问题导入】  案例： | | | | | | | 学生活动  总结回答（小组讨论，25分钟） |
| 一、确定促销目标  企业在不同时期会有不同的促销目标。促销目标不同,所选择的促销方式也不同。因此,在进行促销策划时,首先要明确具体的促销目标,这样才能有的放矢、事半功倍。  连锁企业促销目标一般有以下几种:提高销售额、提高利润额、提高来客数、提高客单价、提升企业形象、加快商品的流动、对抗竞争对手等。  二、选择促销时机  同样的促销活动方式,同等的费用,由于促销活动所展开的时机不同,会产生不同甚至相反的效果,因此好的促销活动必须把握时机。选择促销时机是促销活动策划的重要内容。促销活动延续的时间。  季节、天气的变化,节假日、店庆、重大的事件等,都会引起消费需求的变化,把握好时机就等于把握了消费需求。  三、确定促销商品  顾客的基本需求是能买到价格合适的商品,所以促销商品的价格是否具有吸引力,将影响促销活动的成败。促销商品的品项对促销活动的成败也有很大影响。  一般来说,促销商品应以节令性商品、敏感性商品、众知性商品、特殊性商品等为主。促销时可将需引流商品与高毛利商品组合在一起形成促销商品组合,在吸引客流的同时保证促销的毛利不下降。   1. 确定促销主题   一个良好的促销主题往往会产生较大的震撼效果，所以应针对整个促销内容拟订具有吸引力的促销主题。按促销主题来划分，促销活动可分为以下四种：   * 开业促销活动 * 年庆促销活动 * 竞争性促销活动 * 例行性促销活动   五、选择促销方式  六、选择促销媒介  七、促销预算 | | | | | | | 理论学习，课堂练习（讲授法，45分钟）  教师提出问题，学生讨论回答  分组教学  任务驱动、自主探究  探究1 |
| 着重强调重难点，对学生提出的问题进行答疑 | | | | | | | 教师答疑（5分钟） |
| 1. 完成课后测试 2. 小组讨论、发言 | | | | | | | 教学考核 |
| 观察一连锁企业，了解其网点扩张的模式和路径。 | | | | | | | 作业 |
|  | | | | | | | 预习下一次课内容 |