

# 《采购与供应链管理》课程标准

## 一、课程基本信息

|      |         |      |      |
|------|---------|------|------|
| 课程代码 | 270827  | 课程性质 | 必修   |
| 适用专业 | 物流管理    | 开设学期 | 第三学期 |
| 学分   | 3.5     | 总学时  | 84   |
| 实施场所 | 多媒体教室   | 授课方式 | 理实一体 |
| 执笔人  | 崔岑      |      |      |
| 审核人  | 郑爱博     |      |      |
| 制订时间 | 2023.06 |      |      |

## 二、课程描述

《采购与供应链管理》是一门学习领域课程模式的任务课程。通过对企业采购物流理论与职业技能的训练，使学生掌握企业中采购物流的主要业务流程、基本管理技术和方法等，并对典型职业岗位的核心技能进行强化训练。课程的前导课程是前两个学期物流管理的专业基础课程，后续课程是物流管理专业其他主干课程的展开。培养能从事企业采购物流和管理工作需要而选取的工作与学习内容。该课程对我院物流管理专业学生的职业核心能力培养和综合职业素质养成起到支撑作用。

课程结构以企业采购物流的典型职业工作任务和职业行动领域，经教学法设计转化而来的学习情境来进行组织，以具体的职业岗位工作任务、工作过程对应的业务任务进行设计，由“**采购管理概述、编织采购计划与采购预算、供应商的选择与管理、采购谈判、采购合同管理、采购方式的选择、采购与库存控制、采购成本分析与控制、采购质量分析与控制、采购绩效评估与风险管理、采购管理的发展**”11个学习情境组成，载体选择为对象(岗位业务);每个学习情境又由若干任务单元组成，按学习目标、任务背景、工具准备、学习任务、考核评价、学习指导的文本结构进行设计。

## 三、课程设计

### 1、典型工作任务描述

企业采购涉及的主要典型工作是企业采购计划制定、采购过程控制、采购物

流组织等工作，典型的工作岗位有采购员、采购专员、计划员、信息处理员、仓库管理员、合同管理员和其他相关岗位，所涉及的职业岗位群包括仓储管理员、运输协调员、生产计划员、物流经理、物料经理、业务跟单经理、仓库经理等。

采购员和采购专员是在企业的采购部门中，从事有关物料和零部件采购方面的采购、计划、协调、仓储管理、物流组织等的人员。岗位工作任务是采购计划制定、采购订单处

理:采购过程控制、采购物流组织。

## 2、学习目标

| 典型职业岗位         | 职业能力要求  | 专业素质要求   |
|----------------|---|--|
| 采购员、采购专员、生产物流员 | <p><b>职业核心能力：</b>岗位对职业核心能力的要求较高：必须具备明确企业需求、分析供应市场的分析和判断能力；具备制定采购战略、选择供应商及其报价的前瞻性和整合能力；具备进行商务谈判的较强议价能力；具备合同及供应商关系管理、采购物流与仓库管理及进行采购过程绩效评价的决策和执行能力；具备组织供需双方为供应合理化而工作的魄力。</p> <p><b>职业素养：</b>外语与计算机应用、语言及文字表达、团队与企业文化、自主学习、环境适应、技术应用。</p> | <p><b>专业知识：</b>达到职业能力目标需要的采购管理、企业物流管理、物流信息处理、仓储运输管理等方面的知识。</p> <p><b>基本理论：</b>具备经济学、管理学、营销学、会计学、统计学、外语与计算机等基本理论知识；具有人文和科学素养、政治思想和道德素质。</p> |

### 3、工作与学习内容

| 工作对象                 | 工作领域  | 工作要求  |
|----------------------|---|---|
| 采购员岗位的企业采购计划和组织及物流业务 | <p><b>采购计划制定工作领域：</b>明确企业采购需求、对企业采购进行规划、分析企业供应市场、制定企业采购战略和计划；</p> <p><b>采购订单处理工作领域：</b>执行采购订单；进行采购计划的变更和确认，并依此对生产计划作相应调整；处理异常情况；</p> <p><b>采购过程控制工作领域：</b>对供应商进行评价和选择、评价报价并选择、与供应商进行谈判、供需双方合同及关系管理；</p> <p><b>采购物流组织工作领域：</b>合理进行入厂物流网络规划；对采购物流的运输系统进行规划和设计、进行物流器具标准化工作、协调物流系统与其他职能系统的关系。</p> | <p>采购员必须具备能够创造合理化的供应条件，组织供需双方为供应合理化而工作的魄力和能力。应具备开拓未知领域的先驱者气概，具有挑战精神，具有系统思考问题的能力，有从战略高度考虑问题的素养，具备构筑信息系统的能力。要有分析问题、解决问题和组织管理的才能。具备严谨周密的思维方式、团队合作和奉献精神、信息技术的学习和应用能力、异常事故和应急作业的处理能力、供应质量的持续改进能力。一个优秀的采购人才，需要用至少二至三年的时间到企业的各个部门去实习，了解各个部门的业务特点、需求状况。</p> |

### 4、学习情境设计及学时安排

| 课程   | 学习情境           | 任务单元      |                 | 学时 |
|------|----------------|-----------|-----------------|----|
| 采购管理 | 1. 如何明确需求与规划供应 | 单元 1      | 流程分析及制定采购说明     | 6  |
|      |                | 单元 2      | 规划供应流程          |    |
|      | 2. 如何进行供应市场分析  | 单元 1      | 确定供应市场优先级别      | 8  |
|      |                | 单元 2      | 评价供应细分市场        |    |
|      | 3. 如何制定供应战略    | 单元 1      | 分析供应定位模型        | 8  |
|      |                | 单元 2      | 确定不同采购品项类型的供应战略 |    |
|      | 4. 如何评估与初选供应商  | 单元 1      | 确定供应商评估框架和评估标准  | 8  |
|      |                | 单元 2      | 设定权重与评定等级       |    |
|      |                | 单元 3      | 进行供应商微观分析       |    |
|      | 5. 如何获取与选择报价   | 单元 1      | 讨论获取报价的方法       | 6  |
| 单元 2 |                | 设置评估报价的标准 |                 |    |

|                  |      |                 |    |
|------------------|------|-----------------|----|
| 6. 如何进行商务谈判      | 单元 1 | 理解相关信息          | 6  |
|                  | 单元 2 | 确定谈判目标和策略       |    |
|                  | 单元 3 | 运用适当的谈判技巧       |    |
| 7. 如何管理合同与供应商关系  | 单元 1 | 怎样准备合同          | 6  |
|                  | 单元 2 | 怎样运营合同管理        |    |
| 8. 如何进行供应链中的物流管理 | 单元 1 | 战略问题解决          | 6  |
|                  | 单元 2 | 操作问题解决          |    |
| 9. 如何进行采购供应绩效评价  | 单元 1 | 设计采购供应绩效评价流程及框架 | 6  |
|                  | 单元 2 | 确定度量方法和目标       |    |
|                  | 单元 3 | 实施绩效评价          |    |
| 学时合计             |      |                 | 60 |

#### 5、课程内容与进度安排

| 周次 | 学时 | 教学目标和主要内容                               |                               |   |                             |
|----|----|---|-------------------------------|---|-----------------------------|
|    |    | 学习目标                                    | 能力训练项目                        | 主要教学内容  |                             |
| 1  | 4  | 熟悉企业采购部门及岗位设置；能够对部门及岗位进行职责描述；理解并设计采购流程。 | 1、采购岗位职责描述；<br>2、采购流程设计及要点分析； | 1. 课程安排，授课目标和考核要求介绍；<br>2. 采购岗位分配及职责描述：<br>采购经理：<br>(1) 拟订采购部门工作方针与目标；(2) 负责主要原料或物料之采购；(3) 编制年度采购计划与预算；<br>(4) 签核订购单与合约；(5) 采购制度之建立与改善；<br>(6) 撰写部门周报或月报；(7) 主持采购人员教育训练；(8) 建立与供应商的良好关系；(9) 督导采购部门全盘业务及人员考核；(10) 主持或参与采购相关业务的会议，并做好部门间的协调工作。<br>采购主管：<br>(1) 分派采购人员及助理的日常工作；(2) 负责次要原料或物料之采购；(3) 协助采购人员与供应商谈判价格、付款方式、交货日期等；(4) 采购进度之追踪；<br>(5) 保险、公证、索赔之督导；(6) 审核一般物料采购案；(7) 市场调查；(8) 供应商之考核。<br>采购员： | 项目 1 作业：采购团队角色分析、扮演及相关职责讨论。 |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
|   |   |   | <p>(1) 经办一般性物料采购；(2) 查访厂商；(3) 与供应商谈判价格、付款方式、交货日期等；(4) 要求供应商执行价值工程的工作；(5) 确认交货日期等；(6) 一般索赔案件之处理；(7) 处理退货；(8) 收集价格情报及替代品资料。</p> <p>助理：</p> <p>(1) 请购单、验收单之登记；(2) 订购单与合约之缮打；(3) 交货记录及稽催；(4) 访客之安排与接待；(5) 采购费用之申请与报支；(6) 进出口文件及手续之申请；(7) 电脑作业与档案管理；(8) 承办保险、公证事宜。</p> <p>3. 采购流程设计及要点分析：</p> <p>采购组织环境分析；明确需求与规划供应；进行供应市场分析；制定采购供应战略；评估与初选供应商；获取与选择报价；进行商务谈判；准备合同；管理合同与供应商关系；进行供应链中的物流管理；进行库存管理；采购供应绩效评价。</p>                            |  |
| 2 | 4 | <p>了解不同企业所适应的不同的组织类型；熟悉组织环境分析的方法；</p> <p>1、供应链上的采购价值分析；</p> <p>2、组织类型分析；</p> <p>3、企业文化、使命、目标、政策与战略分析；</p> | <p>1. 波特的价值链分析；</p> <p>2. 从物料管理与实物配送到供应链管理；</p> <p>3. 供应链上的采购管理；</p> <p>4. 公司环境对采购职能的影响：公司需要采购什么商品与服务；为什么以及向谁购买将向谁优先购买；如何着手采购；采购与其他职能如何衔接；</p> <p>5. 公司环境影响采购供应职能的维度分析：目标、政策、流程、文化与结构；组织类型；公司文化、使命、目标与政策；公司职能、流程与结构；公司战略；</p> <p>6. 不同组织类型中的采购供应：</p> <p>私营企业：中小型企业中的采购供应；跨国公司的采购供应；大型本土化公司中的采购供应；</p> <p>公共部门中的采购供应：中央政府机关与部委；省、市、地方政府机关；自治与半自治的公共部门机构；公共部门如何行使职能；公共部门的采购；</p> <p>非营利组织的采购供应；</p> <p>7. 企业文化、使命、目标、政策与战略的表述、特征、</p> | <p>项目2作业：联系现实中的企业进行价值链分析，判断采购在供应链上如何实现其价值。</p> |

|   |   |   |   |  |   |
|---|---|---|---|--|---|
|   |   |   |   | 层次与分析：企业文化（权力文化、角色文化、任务文化、独立文化），使命，目标，政策（社会责任、环境政策、道德规范政策、员工福利政策、不歧视政策）  |   |
| 3 | 4 | 1、了解企业内部采购信息的传递过程；<br>2、熟悉采购需求的划分方法；<br>3、掌握完整的描述采购需求的方法； | 1、企业内部发现需求的途径分析；<br>2、采购说明的编制；<br>3、利用供应定位模型进行采购项目优先级别判定； | <p>企业内部采购需求的表现方式：</p> <p>采购通知单（请购单）、巡回采购通知单（请购单）、客户预测订单、常规的重复订购点系统、存货盘点、采购卡以及新产品开发过程中的物料需求。</p> <p>一般需求描述的方法：</p> <p>采购申请的传递；移动采购申请的使用；物料请购单的使用；总括或开口订单；无库存采购或系统合同；第三方提供维护、修理和辅助材料等；</p> <p>企业采购需求的划分：</p> <p>生产的业务性需求；生产的资本性需求；<br/>非生产的业务性需求；非生产的资本性需求；</p> <p>采购说明的编制：</p> <p>1. 明确需要的产品和服务：</p> <p>    产品规格（品牌和商标名称、供应商和行业编码、样品、技术规格、构成规格、功能与性能规格、明确检测和检验要求）；</p> <p>    服务规格（服务是无形的、可以对服务的部分产出进行量化表达、明确服务实现产出的时间表、对变量-人的约束）；</p> <p>    利用外部标准（行业标准、国家标准、地区标准、国际标准或构成标准、尺寸标准、性能质量和安全标准、技术要求、测试的标准方法、表明可接受的或推荐的使用、安装、操作和维护方法的编码等）；</p> <p>    内部标准化（节省了开发规格所需的时间和精力）；</p> <p>    价值分析/价值工程；</p> <p>2. 明确数量：</p> <p>    需求类型（相关需求/独立需求）；需求的特性（趋势性、周期性、季节性、随机性）；</p> <p>    需求的预测（定性预测方法：专家意见法（情景分析法/德尔菲法）、市场测试法；定量预测方法：时间序列分析法（直观法、移动平均法、加权移动平均法、指数平滑法、趋势和季节性调整预测法等）、因果关系分析</p> | 项目3作业：以典型的汽车生产制造商为例，分析他的产品需求类型，编制出一份采购说明，并对所采购的品项运用供应定位模型判定采购的优先级别并得出 |

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|   |   |   | <p>法（线性回归分析法）、基于计算机的物料需求计划系统）</p> <p>；</p> <p>    确定订购数量（经济订购批量、库存补货系统、订货数量和交货数量）；</p> <p>3. 明确交付要求：</p> <p>    明确送货次数、送货的时间、交货的地点、运输的方式和包装的形式；</p> <p>4. 明确供应商的服务与响应：</p> <p>    供应商的响应； 技术支持与培训；维护与维修；</p> <p>5. 供应商需要的其他信息：</p> <p>    联系人信息；背景资料；评估报价的原则；适用法律法规；公司的有关政策；</p> <p>明确需求与规划供应的流程分析</p>   | 结论。   |
| 4 | 8 | <p>1、了解整个供应市场；</p> <p>2、学会利用信息进行市场分析；</p> <p>3、掌握供应市场分析的方法；</p> <p>4、</p> | <p>1、分析供应定位模型的转变；</p> <p>2、供应市场分析方法的掌握；</p> <p>3、进行风险评价；</p> <p>供应定位模型转变：</p> <p>二维供应定位模型-----三维供应定位模型转变及分析；</p> <p>理解供应市场：</p> <p>    准备进行供应市场分析：</p> <p>        （供应目标是什么、可利用的分析时间有多少、有哪些资源、有哪些信息、不进行这一分析的风险是什么等）；</p> <p>    评价市场竞争程度和影响：</p> <p>        （需求与供给、影响竞争水平的因素、不同竞争程度市场的风险与机会）；</p> <p>    预测市场趋势：</p> <p>        （分析市场形态、供应市场预测（专家意见法、供应市场测试、定量分析）、分析产品市场生命周期（引入阶段、成长阶段、成熟阶段、衰退阶段））；</p> <p>    理解市场驱动力：</p> <p>        （供应市场中产生竞争优势的因素）；</p> <p>    价格评价：</p> <p>        （直接决定产品价格的因素、成本/价格模型的建立）</p> | <p>项目4作业：</p> <p>以汽车零部件供应市场为例，进行供应市场分析，画出宏观、中观及微观供应市场分析图，并得</p> |



|     |   |  |  |  |
|-----|---|--|--|--|
|     |   |  | <p>战略进行分析;</p> <p>供应商类型: 必须在企业面临最高风险的领域具有特别强的生产能力;<br/>不会滥用其有利的议价地位;<br/>将在长时期内持续供应企业所需产品;</p> <p>关键型:</p> <p>供应商数量: 一个<br/>关系的性质: 伙伴关系<br/>合同类型: 长期“伙伴关系”合同<br/>供应商类型:<br/>在对企业来说属于高风险的领域必须具有特殊能力;</p> <p>必须有能力在中期或长期成为最低成本提供者或者技术领导者;<br/>企业所需产品或服务必须是该供应商的核心业务;<br/>供应商的商业战略必须与企业的商业战略保持很好的一致性;<br/>具有财务上的稳定性和能够长期保持的市场地位;<br/>没有同企业的竞争者建立更进一步的关系;</p>  | <p>零部件的连续供应战略。</p>                         |
| 7-8 | 8 | <p>1、列举供应商评估的主要步骤;</p> <p>2、识别建立供应定位模型过程中应考虑的主</p> | <p>1、判断供应商感知模型中所在位置的含义;</p> <p>2、评定供应商的总体能力与积极性</p> <p>供应商评估的基本模型;<br/>潜在供应商评估标准:<br/>A. 质量:<br/>a. 关于质量能力测评标准—提供标准品项供应商 (规格说明书; 生产柔性; 废品率; 产品退货率; 保养间隔期; 可更换部件的消耗水平; 平均无故障时间; 运转中断率; 耐用性; 保修的全面性; )<br/>b. 关于质量能力测评标准—提供非标准品项供应商 (研发投入; 知识产权; 供应商员工是否具备相应资质和经验; 合适的设计工具的可获得性; 生产能力和技术; 质量和环境管理体系的全面性及一贯性; 以往提供类似产品和服务的经验; 公司使命和目标中提到的质量的问题)<br/>c. 测评供应商的未来质量能力<br/>d. 测评供应商提供符合质量要求产品的积极性<br/>B. 可获得性<br/>a. 关于供应科获得性的能力测评标准 (供应商提供服务的细分市场; 不为公司的竞争者提供服务; 产能; 分包人; 库存水平; 出口经验; 供应前景; 正常前置期; 交货可靠性; 订单跟踪系统; 运输方式与物流便捷性; )</p> | <p>项目6作业: 搜集资料为一汽车制造厂商做出评估与初选供应商的简要报告。</p> |

|       |   |                           |                           |   |                     |
|-------|---|---------------------------|---------------------------|---|---------------------|
|       |   | 要问题：<br>3、掌握潜在供应商评估的标准；   | 等级；<br>3、为不同供应商设定权重与评定等级； | <ul style="list-style-type: none"> <li>b. 测评供应可获得性的未来能力绩效</li> <li>c. 测评供应商满足公司供应科获得性要求的积极性</li> <li>C. 供应商的响应性 <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 关于响应性的能力测评标准</li> <li>b. 测评供应商满足公司对响应性要求的积极性</li> </ul> </li> <li>D. 成本 <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 关于供应成本的能力测评标准<br/>(标准价格或费率表；折扣水平；支付时间表；支付条件；资金成本；价格修正公式的运用；报价币种；装卸和运输费；设备类采购品项的寿命周期成本；)</li> <li>b. 测评供应成本的未来能力绩效<br/>(直接原材料成本；直接劳动力成本；公司管理成本；生产效率；外向物流成本；融资能力；支付条件；)</li> <li>c. 测评供应商满足公司对降低成本要求的积极性</li> </ul> </li> <li>E. 供应商的综合能力和商业态度 <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 供应商的总体信誉</li> <li>b. 供应商与公司的相容性</li> </ul> </li> </ul> <p>设定权重与评定等级的方法</p> |                     |
| 9     | 4 | 掌握评估报价的方法和标准。             | 尝试通过不同渠道收集信息并做出评价。        | <p>获取与选择报价的流程：<br/>获取与选择报价的方法：<br/>从三个主要的维度来考虑，分别是使用的方法或流程及其正是的程度；评价供应商报价的深度以及使用的准则；接洽的供应商的数量。</p> <p>评估报价的标准：<br/>最低价格； 最低所有权成本； 加权评分； 价值评估。</p>   |                     |
| 10-11 | 6 | 1、了解谈判时机选择的重要性；<br>2、学会制定 | 1、谈判团队的组织及角色划分；<br>2、分析谈判 | <p>谈判的准备：<br/>了解采购的背景；<br/>(应该满足的需求：质量、数量、时间表、交货地点、服务水平、采购预算；供应市场的环境；采购和供应的战略；供应商关系类型；)<br/>分析价格和成本；<br/>(价格和成本分析的重要性；分析供应商的价格；建立成本模型：原材料成本、劳动力成本、管理费用、利润；获取成本和价格的市场信息：报价、参考价格、原材料价格、趋势分析、专家的独立评估)<br/>了解供应商组织；</p>   | 项目8作业：以学校的电脑采购为例，组织 |

|    |   |  |  |                                      |
|----|---|--|--|--------------------------------------|
|    |   | <p>一个实际的且可实现的谈判目的和目标；</p> <p>3、掌握制定有效的谈判战略的方法；</p> <p>4、熟练运用常用的谈判技巧；</p> | <p>目标范围确定的变量；</p> <p>3、谈判技巧的运用；</p> <p>（评价供应商能力和策略：技术能力、财务状况、市场运作的的能力、管理能力、管理文化和风格、行业关系、成本领先、差别化、可靠度；供应商如何看待公司：边缘、盘剥、发展、核心；）</p> <p>了解所涉及的人员；</p> <p>（谈判风格：温和型、强硬型、理智型、创新型、成交型；立场和利益：你所说的你想要的或者你将要做的、需求、潜在的动机、需要和关注、机遇和渴望；）</p> <p>决定实力的均衡；</p> <p>（组织的实力：市场竞争力、相对价值、财力、声誉影响、时间力、激励能力、选择能力；个人的实力：职位力、专家力、信息力、破坏力、领导力、交往力；）</p> <p>进行 SWOT 分析；</p> <p>谈判目标与策略：</p> <p>变量选择与确定及变量目标的设定：</p> <p>（价格；安装费用；员工培训费用；能源消耗；服务和维修费用；设备使用期末的处置；）</p> <p>谈判策略的制定：</p> <p>双赢还是单赢；决定你的初始立场；是否披露你的初始立场；谈判的次序；说服技巧的使用（情感说服、逻辑论证、讨价还价、折衷、威胁）；谈判战术的运用（“设置障碍”的技巧、沉默、不断重复、暂停、分割和控制、争取同情、调整需求、还有一件事、最后期限、节制）；谈判团队；谈判时间和地点的安排；应以计划的准备；</p> <p>谈判阶段：</p> <p>开始阶段；</p> <p>试探阶段；</p> <p>提议阶段；</p> <p>讨价还价阶段；</p> <p>协议阶段；</p> | <p>一次简单的采购模拟谈判，熟悉谈判过程，观察并运用相关技巧。</p> |
| 12 | 4 | <p>1、了解合同的重要性；</p> <p>1、探讨一份好合同的构成</p>                                   | <p>有效合同必须满足的条件：</p> <p>要约；承诺； 当事人的合同签约资格（能力）；某种价值的对价；受法律约束的关系；</p> <p>买卖双方的义务与责任</p> <p>合同准备的主要问题：</p>   | <p>项目9作业：分析和同</p>                    |

|    |  |   |  |                               |
|----|--|---|--|-------------------------------|
|    | <p>2、熟悉合同准备的主要问题；</p> <p>3、掌握常用合同的条款和条件、支付方式、适用法律等；</p>        | <p>主题；</p> <p>2、明确合同制定中的一些关键问题</p>                      | <p>你的公司想要得到什么；你的公司想要避免什么；</p> <p>若出现问题可采取哪些措施保护公司利益；应包含或排除哪些内容；</p> <p>合同中实际使用到的条款有哪些；</p> <p>好合同的构成主题：</p> <p>知道你要获得什么、避免什么、及备选方案是什么；</p> <p>了解你的供应商；</p> <p>有效的合同是每个当事人都能获益的合同；</p> <p>决不允许任何人作出你怀疑其没有能力履行的承诺；</p> <p>避免含糊其辞地起草并始终如一地使用术语；</p> <p>牢记技术；牢记知识产权和工业产权；有明确的争议解决条款；</p> <p>有明确的终止条款；牢记文化；</p> <p>合同中的关键问题：</p> <p>供应商的偿付能力；连接里程碑的支付；复杂性；</p> <p>灵活性和进展；关系结束的改进和评价；结束以后的维持；</p> <p>常用合同主要条款：</p> <p>现货合同；定期采购合同；无定额合同；定额合同；</p> <p>合伙合同；合资合同；</p> <p>合同中的风险转移、支付及违约；</p> | <p>实例，找出合同漏洞；制定一份简单的采购合同。</p> |
| 13 | <p>4</p> <p>1、了解合同管理的内容</p> <p>2、熟悉程序；</p> <p>3、掌握计划制定的方法；</p> | <p>1、团队建立；</p> <p>2、流程设计与进度控制；</p> <p>3、合同争议的处理和终止；</p> | <p>合同管理团队：</p> <p>采购方的团队+供应商的团队。</p> <p>任务进度表的制定：</p> <p>确定有关活动和主要里程碑；筛选活动和里程碑；准备活动和里程碑卡片；安排活动和里程碑的排序；检查和编排次序；草拟网络流程图；为活动和里程碑分配任务；进行时间估算；规划初期进度表并准备网络图；绘制甘特图；检查和修改计划；最终确定进度表；准备进度报告和更新实施中的图表。</p> <p>流程设计及绘制网络图和甘特图</p> <p>风险与控制：</p> <p>进度风险；成本风险；质量风险；商业和其他方面风险；</p>   | <p>项目10作业；以模拟的任务设计局部流程。</p>   |

|       |   |   |  |   |
|-------|---|---|--|---|
| 14-15 | 6 | <p>1、了解供应链管理中物流的角色；</p> <p>2、解释主要的供应链战略类型及各类型包含的要素；</p> <p>3、识别运输、仓储和库存管理等主要战术性问题；</p> <p>4、掌握库存管理和设施选址时考虑的因素和方法；</p> | <p>供应链上物流管理价值的实现</p> <p>物流与供应链战略：</p> <p>物流计划；供应链战略：获得竞争优势；全球化；一体化（内部整合/外部整合/能力整合/关系整合）；基于时间的竞争（响应性/可靠性）；</p> <p>1、 客户价值观念的转变；</p> <p>2、 进行车辆运输路线的选择；</p> <p>3、 识别仓库选址时的因素及方法运用；</p> <p>供应链架构</p> <p>客户价值的定义：</p> <p>需求的一致性；产品覆盖范围；价格和品牌；增值服务；关系和体验；</p> <p>客户价值的度量：</p> <p>服务水平；客户满意度和忠诚度；供应链绩效度量；</p> <p>物流系统和供应链中的主要驱动要素分析：</p> <p>库存；运输；仓储操作；</p> <p>仓库选址的考虑因素和方法：</p> <p>考虑因素：接近主要的供应和需求节点；靠近公路和铁路； 仓库地点的规模和配置，及其适应企业将来扩张需要的能力；各种基本服务（水、电、通讯等）；排水、防洪、防风、防滑坡的安全设施等；保安服务（公安或私人保安服务）；尽可能靠近仓库员工居住区；当地政府发展规划、法律法规，包括建筑限制等；财务因素及对公司而言获得设施的最佳方式；所有有关的税收和投资的鼓励政策。</p> <p>选址方法：权重因素赋值法；线性规划法；盈亏平衡分析法；重心法；</p> <p>车辆运输路线选择的方法</p> | <p>项目11作业：讨论客户满意的度量并做一份报告；以实例要求学生进行车辆运输路线选择及仓库选址方法应用。</p> |
|-------|---|---|--|---|

|       |   |   |  |   |  |
|-------|---|---|--|---|--|
| 15-16 | 4 | <p>1、辩证的看待库存；</p> <p>2、熟悉依据预测进行仓库运作、设计与管理；</p> <p>3、掌握库存优化的常用方法；</p> <p>4、学会制定库存管理计划；</p> | <p>1、企业需求预测；</p> <p>2、库存管理计划制定；</p> <p>3、库存补充系统操作；</p> | <p>保持库存的必要性：</p> <p>需求预测失误；供应商供货的不确定性和延迟；供应商最小订货批量；供应商交货间隔；存货方法与政策；库存补充间隔及数量；战略性存储；采购价格优势；对用户的前置期短于供应商的前置期；寄售；交货成本最小化；供应链库存；预留或预防性库存；</p> <p>企业需求预测</p> <p>库存优化方法</p> <p>库存管理计划的制定</p> <p>库存的度量与估值：</p> <p>先进先出法； 后进先出法； 加权平均成本计算法；</p> <p>标准成本计算法； 重置成本计算法；</p> <p>库存的接收与发放：</p> <p>接受：接收采购单副本-确认-计划送货-送货-卸货-检验-入库-收货通知；</p> <p>发放：使用者确定需求-领料批准-向仓库交领料单-货物识别-提货-交货/取货-调整库存记录-成本分摊；</p> <p>仓库运作流程</p> <p>库存补充系统：</p> <p>再订货水平系统；定期检查系统；需求驱动的精益供应系统；</p> | <p>项目12作业：运用不同方法进行需求的预测，并进行对比和分析；通过分析不同类型库存确定购量；</p> |
| 17-18 | 8 | <p>1、了解绩效评价的重要性的行为影响；</p> <p>2、熟悉采购</p>   | <p>1、分析采购供应管理绩效评价模型；</p> <p>2、设置相应</p>                 | <p>绩效评价要素：</p> <p>外部要素+内部要素+成果</p> <p>外部要素评价重点：</p> <p>了解环境和投入的影响；</p> <p>考虑上述因素制定战略；</p> <p>在可能的地方对这些因素施加影响；</p> <p>内部要素评价重点：</p> <p>了解什么起作用 and 什么不起作用；</p> <p>关注需要持续地改进系统、流程和人员的优先级；</p> <p>更有效地利用投入；</p> <p>发展更好的工作关系；</p> <p>激励员工尽最大可能做好工作；</p> <p>成规要素评价重点：</p>   | <p>项目13作业：根据采购供应管理绩效评价模型</p>                         |

|  |  |  |   |   |  |
|--|--|--|---|---|--|
|  |  | 供应<br>管理<br>绩效<br>评价<br>流程;<br><br>3、<br>掌握<br>绩效<br>度量的<br>方式和<br>目标; | 绩效<br>度量<br>目标;<br><br>3、<br>评价<br>实施的<br>监督; | 职能级成果评价（客户领域、采购领域、供应商领域、<br>流程领域、采购团队领域）;<br>职能要素级成果评价（可获得性、前置期交货、质量、<br>客户服务、成本）;<br>公司级成果评价（生产的连续性、市场变化的反应<br>速度、产品和服务的差异、研发周期、创新、战略等）<br>绩效度量方式：<br>二元式： 连续式； 有限选择式；<br>良好度量目标的特征：<br>相关的；有挑战但可实现的；具体而明确的；有时<br>间限制的；可度量的；完整并且相互平衡的。 | 分析、<br>设置<br>相应<br>的每<br>一部<br>分的<br>评价<br>指标。 |
|--|--|--|---|---|--|

#### 四、学习组织形式与方法

上课时首先由教师介绍项目或任务背景，提出实成任务的目标和要求，后进行讲授，重点是该项工作应由哪几个角色承担，各角色承担什么样的任务，辅之必要的完成任务的知识准备介绍，操作演示或视频演示，至于如何完成任务和具体的工作过程则交给学生思考，岗位分配和工作过程配合由学生自主决定，老师在这一过程中可以给予适当的启发引导。学生在执行项目任务模拟多岗位操作训练时，会碰到岗位分配和工作过程配合问题，这需要各角色的协调和沟通，因此该门课程教学中也经常采用分组讨论和角色扮演法，把班级学生分成若干小组，每组 3-4 人，讨论工作流程，制作表格单据，分配工作岗位，落实工作衔接，扮演岗位角色，模拟操作过程。

#### 五、学业评价

课程考核分为课堂日常考核和期末考核，教师按各作业项目的考核标准(过程标准、绩效标准、时间标准)进行考核和评分，采用过程考核和结果考核相结合的考核方法。教师结合学生考勤情况、学习态度、学生作业、平时测验等情况，综合评定学生成绩。加强过程控制，注重形成性评价，增大学生平时学习、实训情况在成绩评定中的比重。重视学生校内学习与实际工作的一致性，培养和考核学生的岗位技能、适应能力和创业能力。