

《智慧物流》

整体教学设计

(2025~2026 学年第 2 学期)

课程名称：智慧物流

所属系部：商学系

制定人：高明浩

合作人：智慧物流教学团队

制定时间：2026.03

日照职业技术学院

课程整体教学设计

一、课程基本信息

课程名称：智慧物流		
课程代码：270234	学分：3.5	学时：56
授课时间：第3学期	授课对象：2017级工商企业管理专业	
课程类型：专业平台课		
先修课程：管理学基础、经济法	后续课程：人力资源管理、经济学等	

二、课程定位

1. 岗位分析

(一) 学生所在专业面向的岗位(群)

岗位面向	主要就业岗位
初始就业岗位	仓管员
	信息员
	调度员
	业务员
二次晋升岗位	仓储经理、运输经理、客户经理
未来发展岗位	物流经理、货运经理

(二) 典型工作流程及知识、能力、素质要求

典型工作流程	知识要求	能力要求	素质要求
运输	①掌握五种运输方式的优点和缺点；②掌握运输线路优化方法；③掌握车辆配集载的方法。	①掌握五种运输方式的优点和缺点；②掌握运输线路优化方法；③掌握车辆配集载的方法。	培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，确保货物在运输环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量。
仓储	①掌握仓储的功能和作业区域划分的方法；②掌握仓库容量的计算方法；③掌握仓储合理化的评价指标。	①能对仓储进行平面布局；②能根据货物的特性进行仓储存储容量的提高提出改进方法；③能对仓储现状提出合理化的改进措施。	培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，确保货物在仓储环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量。
装卸搬运	①掌握装卸搬运的特点；②掌握装卸搬运的	①能根据不同的物资设计装卸搬运方法；②学生能根据仓储装卸搬	培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，

	设施和设备；③掌握装卸搬运合理化的措施。	运作业的现状提出改进措施。	确保货物在装卸搬运环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量。
包装	①掌握包装的技术；②包装材料的特性；③包装标准化和包装合理化；④掌握包装标志的表示方法。	①能根据货物的特性选择包装材料和包装方法；②能根据货物标注包装标志；③能根据实际情况进行包装合理化的作业。	培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，确保货物在包装环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量。
流通加工	①掌握流通加工与生产加工的区别；②掌握流通加工的作用和功能；③掌握流通加工的主要形式；④掌握流通加工合理化的原则和方法。	①能选择合理的流通加工方法和手段；②能区别生产加工和流通加工。	培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，确保货物在流通加工环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量。
配送	①订单的分配和拣选原则；②配送的功能和配送要素；③电子标签的使用方法和步骤。	①能进行货物的入库上架作业，会使用堆垛机械；②能根据配送作业情况进行订单的分配和拣选。	培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，确保货物在配送环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量。
物流信息	①掌握物流信息系统的特征，物流信息收集的规则；②掌握物流信息在物流决策中作用，物流信息对物流决策的影响。	①能对物流信息进行采集整理；②能根据物流信息进行分析归纳，对物流运作作出决策。	培养学生终身学习能力，不断学习物流领域新知识、新技术、新规定，通过不同的途径不断获取物流信息包括客户信息、政策信息等。

2. 课程分析

《智慧物流》是工商企业管理专业的一门专业平台课。该课程立足物流业发展的基础层面，主要研究运输、仓储、配送、装卸搬运、包装、流通加工、物流信息技术等物流基本作业环节，着重训练学生参与物流实际运作的能力。对工商企业管理专业学生职业能力培养和职业素养养成起重要支撑作用。

本课程与中职、本科、培训班同类课程的区别：

层次	区别
本科	偏重理论：通过学习，学生能获得良好的智慧物流理论知识，但是实践能力较差。
中职	理论知识和操作知识都较浅。
培训班	只针对物流师等职业资格考试进行培训，知识缺乏系统化，学生对物流作业环节、物流运作体系等缺乏整体认识。

三、课程目标

总体目标：通过该课程学习，学生掌握以物流基本功能为主体的知识框架，熟悉物流作业环节，能够从市场和运营管理角度理解、分析物流现象，具备简单的实践操作能力。

能力目标：

1. 能选择合适的运输方式，确定运输路线，制定合理的运输方案；
2. 能准确进行货物出入库、在库管理等仓储操作，能判断仓储流程是否合理化；
3. 能够合理规划装卸搬运作业过程，实现装卸搬运合理化；
4. 能够对商品进行拣选、配货和组配和送货，能选择配送方式并实现配送路线合理化；
5. 能识别基本的包装标志，能进行有效的物流包装；
6. 能根据流通加工合理化原则对货物进行流通加工；
7. 能够对商品进行拣选、组配，能选择配送方式并实现配送路线合理化；
8. 能够应用物流信息技术，能操作物流软件；
9. 能够分析、选择恰当的物流运营模式。

知识目标：

1. 认识物流的含义、功能、分类和作业环节；
2. 熟悉物流管理基本内容；
3. 认识物流运输，掌握主要运输方式的作业特点和作业流程，掌握合理运输实现途径；
4. 掌握出入库管理、在库管理的作业内容和操作流程，熟悉各种物流机械设备，如叉车，堆垛机，托盘等；
5. 掌握装卸搬运方式特点，以及装卸中机械设备的使用；
6. 熟悉物流包装的材料、容器，认识包装标记，掌握包装合理化措施；
7. 熟悉流通加工作业内容，掌握消费资料、生产资料和食品的简单的流通加工方法；
8. 了解配送中心类型和功能，掌握物流配送工作内容和作业流程
9. 认识物流信息系统熟悉一些物流信息技术，入条形码，POSE 机，射频技

术，GPS 技术等；

10. 了解智慧物流、冷链物流、绿色物流的内容及发展前景。

素质目标：

1. 培养学生严谨细致的工作作风和强烈的责任心，确保货物在物流各作业环节准确、准时、安全流转，提高物流服务质量；

2. 培养学生吃苦耐劳的精神，引导学生适应行业特点，脚踏实地的工作；

3. 培养学生调研、分析、决策能力：能调研国内物流市场，对数据进行分析和归纳，对纠纷、突发事件等做出正确的分析判断和决策；能稳定发展业务并不断开拓新业务；

4. 培养学生具有良好的团队合作精神和人际沟通能力，能够尊重上级，与同事和睦相处，与业务相关人员进行有效沟通，提高办事效率效果；

5. 培养终身学习能力：不断学习物流领域新知识、新技术、新规定，通过不同的途径不断获取物流信息包括客户信息、政策信息等。

四、课程内容设计

《智慧物流》以提高学生实践能力和创新精神为出发点，以物流功能为依托，立足于基本理论、基础知识和基本技能的教育，打破学科体系课程的界限，课程内容以工作项目为载体，以典型工作任务为基础，采用真实的工作情境，基于工作过程系统化来设计课程内容，该课程分为九个教学模块，改变了原有的知识罗列式的教学内容，即减少理论性强的生涩干枯知识，增加基于真实工作情景的案例和实践性、操作性强的实践内容，重点培养学生的物流职业能力能职创薪层。教学内容如下：

序号	模块（项目）或子项目名称	学时
1	项目一：走进物流——美美与共，互利共赢	8 学时
2	项目二：物流运输——畅通的动脉	8 学时
3	项目三：仓库储存——舒适的住所	8 学时
4	项目四：装卸搬运——勤劳的蚂蚁	6 学时

5	项目五：物流包装--旅行的盔甲	6 学时
6	项目六：流通加工--价值的提升	6 学时
7	项目七：配货送货--奇妙的组合	6 学时
8	项目八：物流信息--无忧的经络	6 学时
9	项目九：物流的未来--万变不离其“宗”，一切皆有可能	6 学时
合 计		60

五、能力训练项目设计

编号	能力训练项目名称	子项目编号名称	能力目标	知识目标	训练方式、手段及步骤	展示结果
1	物流认知	1-1 物流企业调研	(1) 能总结物流对经济发展的作用和影响；说明企业如何通过物流管理产生利润； (2) 能分析第三方物流企业的经营模式。	(1) 掌握物流的概念、物流的分类、物流在社会经济活动过程的地位； (2) 掌握企业获取利润来源的因素，第三方物流运作流程。	【课堂练习】： 案例分析 ●学生分组（4-6 人一组），确定小组负责人； ●小组研讨，学生分成若干小组在教师指导下进行研讨； ●以小组为单位撰写研讨报告； ●小组代表汇报，进行讲评。	每个小组提供一份研讨报告。
		1-2 物流企业参观	(1) 认识物流企业生产过程及企业的岗位划分； (2) 能总结物流企业的作业流程。	(1) 掌握物流企业的生产要素；生产流程与生产模式； (2) 对物流企业对应的岗位设置和岗位工作有初步的了解。	【企业实践】： 企业参观 ●学生分组（4-6 人一组），确定小组负责人； ●学生企业参观； ●企业现场工程师进行现场讲解； ●学生分组讨论并撰写参观体会。	每人提供一份参观体会报告。

2	物流七大环节	2-1 运输功能	①能进行运输方式的选择; ②能合理选择运输线路; ③能进行车辆的配载。	①掌握五种运输方式的优点和缺点; ②掌握运输线路优化方法; ③掌握车辆配集载的方法。	【实训室实训】：软件操作 ●将学生分成 5-6 人一个小组，确定小组负责人；●小组指派 1-2 名同学按照拣货单及拣货要求完成拣货任务； ●其他同学对拣货过程进行观察，对设备的使用及拣货路径进行记录，并对拣货所用时间及拣货结果进行详细记录； ●改进策略，对于同一（批）拣货单重新进行拣货操作； ●撰写实训报告。	完成实训报告
		2-2 仓储功能	①能对仓储进行平面布局; ②能根据货物的特性进行仓储存储容量的提高提出改进方法; ③能对仓储现状提出合理化的改进措施，	①掌握仓储的功能和作业区域划分的方法 ②掌握仓库容量的计算方法 ③掌握仓储合理化的评价指标	【实训室实训】：软件操作 ●教师对拣货作业中出现的问题进行点评，并布置研讨任务； ●以小组为单位，分析并找出影响拣货效率的原因，提出改进策略； ●教师组织学生对改进策略进行评价； ●学生以小组为单位，对各自的评价指标计算结果进行自我评价。	每个小组提供一份研讨报告
		2-3 装卸搬运功能	①能根据不同的物资设计装卸搬运方法; ②学生能根据仓储装卸搬运作业的现状提出改进措施。	①掌握装卸搬运的特点; ②掌握装卸搬运的设施和设备; ③掌握装卸搬运合理化的措施。	【实训室实训】：叉车作业 ●将学生分成 5-6 人一个小组，确定小组负责人 ●教师通过多媒体影像资料介绍电子标签辅助拣货系统的作业方式 ●拣选实训室进行操作演示 ●“摘果式”与“播种式”两种拣货方案的设计 ●学生根据两种拣货方案进行实际操作训练，并进行详细记录	完成实训报告

		2-4 包装功能	①能根据货物的特性选择包装材料和包装方法； ②能根据货物标注包装标志； ③能根据实际情况进行包装合理化的作业。	①掌握包装的技术； ②包装材料的特性； ③包装标准化和包装合理化； ④掌握包装标志的表示方法。	【实训室实训】：包装作业	
		2-5 流通加工	①能选择合理的流通加工方法和手段； ②能区别生产加工和流通加工。	①掌握流通加工与生产加工的区别； ②掌握流通加工的作用和功能； ③掌握流通加工的主要形式； ④掌握流通加工合理化的原则和方法。	【课堂练习】：案例分析	
		2-6 配送功能	①能进行货物的入库上架作业，会使用堆垛机械； ②能根据配送作业情况进行订单的分配和拣选。	①订单的分配和拣选原则； ②配送的功能和配送要素； ③电子标签的使用方法和步骤。	【校内实训】：模拟实训 ●将学生分成 5-6 人一个小组，确定小组负责人； ●教师通过多媒体影像资料介绍堆垛机进出库作业和电子标签辅助拣货系统的作业流程； ●老师在模拟实训室进行演示； ●老师布置实训内容； ●学生根据布置的要求进行实际操作训练，并进行详细记录。	

		2-7 物流 信 息 与 物 流 决 策 案 例 分 析	①能对物流信息进行采集整理； ②能根据物流信息进行分析归纳，对物流运作作出决策。	①掌握物流信息系统的特征，物流信息收集的规则； ②掌握物流信息在物流决策中作用，物流信息对物流决策的影响。	【课堂练习】：案例分析 ●将学生分成 5-6 人一个小组； ●教师提出若干补货需求假设； ●学生针对各种假设，进行分组讨论，确定“补货方案”； ●教师对学生的“补货方案”进行点评。	每个小组 提供一份 补货方案
		2-7 物流 信 息 技 术 操 作	①能正确设计条码的格式及组件物流条码应用系统； ②能设计企业电子数据交换系统； ③能进行电子数据的传递。	①掌握条码识别技术； ②条码的种类及应用； ③电子数据交换技术的作用和优势； ④电子数据交换的作业流程。	【实训室实训】：模拟实训 ●学生分组（4-6 人一组），确定小组长 ●教师课前准备好条码打印和识读设备 ●老师进行师范，讲解操作流程和注意事项。 ●学生进行分组练习。 ●撰写实训报告，并总结。	完 成 实 训 报 告

六、项目进度表

第×次	1	2	3	4
周次	1	1	2	2
项目名称	1. 走进物流-美美与共，互利共赢			
任务	1.1 物流的起源与发展-物流的前世今生	1.2 物流认知—开门的钥匙	1.3 物流管理认知—提高利润的“第三源泉”	1.4 物流系统认知—三个臭皮匠顶一个诸葛亮
情境设计	沃尔玛(Wal-Mart)公司是全世界零售业年销售收入位居第一的巨头企业，是著名的“全球 500 强排行”冠军。一个成立于 1962 年阿肯色州罗杰斯城的小商店，经过三四十年的，已变成有几千个商店，总营业额超过 1600 亿美元的跨国公司，成为世界最大的零售商，投资人在 1970 年投入 1650 美元，现在已经增长到 4000 亿美元了。沃尔玛“不灭的神话”，是用现代化的物流技术和高科技战略创造的。	物流其实无处不在，我们日常用到的每一件商品，从它还是原料开始，基本都要经过较复杂的流动过程才能到达我们身边。想想我们常喝的液态牛奶是通过怎样的流程到达我们身边的？	“我们要像送鲜花一样送啤酒，把最新鲜的啤酒以最快的速度、最低的成本让消费者品尝。”青啤人如是说。 为了这一目标，青岛啤酒股份有限公司与香港招商局共同出资组建了青岛啤酒招商物流有限公司，双方开始了物流领域的全面合作。青啤将自己的运输配送体系“外包”给招商物流。因为，招商物流与青啤合作，仅输出管理，先后接管青啤的公路运输业务和仓储、配送业务，并无任何硬件设施的投资。 据悉，自从合作以来，青岛啤酒运往外地的速度比以往提高 30%以上，山东省内 300 公里以内区域的消费者都能喝到当天的啤酒，300 公里以外区域的消费者也能喝到出厂一天的啤酒。而原来喝到青岛啤酒需要 3 天左右。	A 同学是 08 届毕业的高职学生，专业是物流管理，08 年 6 月份通过应聘，进入国内一家物流公司苏州分公司，开始从事国内航空货运方面的工作。期间，做过开单、配载、仓库收发货，甚至还做过一个月的搬运，正式转正后一直从事国内货物的运输调度兼客户服务方面的工作。但是，接触物流这行越多，他越觉得自己的知识储备不足，也越来越感觉到在航空公司工作发展的局限。为了使自己将来能够真正成为高级物流人才，有更大的作为，他 10 年 8 月辞去了航空公司的这份工作，跳槽到一家全球排行前 50 的外资物流公司工作。他现在的困惑是以后的职业到底怎么去发展呢？
具体任务	物流是如何在经济活动中发挥其巨大的潜能作用的？物流的发展情况如何？	任务 1：探讨物流一般要经历那些环节？有哪些基本的功能？进而理解物流的基本内涵。 任务 2：每个小组选出一种常见商品，共同讨论并最终写出从最初原料到成品并送至消费者的完整物流流程。	任务：物流管理的重要性如何体现出来？	任务 1：分析现代物流业的职业岗位群及其对能力的要求； 任务 2：把握现代物流业职业资格和职务晋升的途径； 任务 3：了解提高现代物流业从业人员素质的途径。
能力目标	能准确分析现代物流业的发展现状和趋势。	1. 能分析物流与商流的关系； 2. 能总结物流对经济发展的作用 and 影响。	1. 能说明企业如何通过物流管理产生利润； 2. 能总结物流企业的作业流程。	

知识目标	1. 掌握物流学的研究对象； 2. 了解物流学的性质； 3. 了解物流的发展史。	1. 掌握物流的概念及物流的效用； 2. 掌握物流的七大功能； 3. 理解物流的作用和分类。	1. 了解物流管理的目标； 2. 掌握现代物流管理的特征； 3. 掌握现代物流管理的原则及基本内容； 4. 了解物流企业对应的岗位设置和岗位工作。	1. 掌握物流系统的概念及特征； 2. 掌握物流系统的设计要素与目标； 3. 掌握物流系统要素的内容； 4. 物流系统分析的原则与步骤。
素质目标	培养树立现代物流管理的理念。	1. 培养学生的沟通、组织、协调能力；2. 培养学生的团队合作精神。	树立物流运作的整合化、合理化的意识。	对物流系统分析和评价有一个大致的了解，能对实际案例进行分析。
考核点				交流参观体会

第×次	5	6	7
周次	3	3	4
项目名称	2. 物流运输——畅通的动脉		
任务	2.1 运输认知——行道迟迟，载渴载饥	2.2 运输方式的选择——适合的才是最好的	2.3 运输合理化——三思而后行
情境设计	海尔集团是世界第四大白色家电制造商、中国最具价值品牌。自 1999 年开始进行以“市场链”为纽带的业务流程再造，以订单信息流为中心，带动物流、商流、资金流的动作，海尔的“一流三网”充分体现了现代物流的特点。“一流”是以订单信息流为中心；“三网”分别是全球供应链资源网络、全球配送资源网络和计算机信息网络。“三网”同步流动，为订单信息流的增值提供支持。一手抓住了用户的需求，一手抓住了可以满足用户需求的全球供应链，这两种能力的结合，就形成海尔的企业核心竞争力。统一采购：实现每年环比降低材料成本 6%。统一仓储：海尔建立两个全自动化物流中心，不仅减少 20 万平方米仓库，而且呆滞物资降低 90%，	某公司有以下运输业务委托你公司进行托运： 1. 把两箱急救药和一批鲜花从广州运到北京。 2. 把一批煤炭从山西运到秦皇岛。 3. 把一批新鲜蔬菜从郊区运到市区。 4. 有一批钢材，要从重庆运到武汉。 5. 有 15 万吨石油需要从非洲运到我国的上海。 6. 把我国西部大量的天然气运到以上海为主的东部地区。	公路运输市场开放以后，运输量的剧增致使公路货物运输超载超限现象严重，同时造成道路加速损坏、交通事故频发，严重地影响了运输市场的发展，污染了环境，究其原因有：①公路运输业负担过重，运输成本过高；②运力失控，运价过低；③大吨位、小标志导致政策性超限等现象已经成为公路运输业发展的一个痼疾，是公路货物运输中一个十分值得重视的问题。

	库存资金减少 63%。统一配送：目前海尔在全国可调拨 16000 辆车辆，运输成本大大降低。		
具体任务	1. 海尔物流为客户提供哪些运输服务？ 2. 你认为这些运输服务会给客户和海尔物流带来什么利益？	请为其选择合适的运输方式并说明理由。	现实生活中还有哪些运输问题吗？
能力目标	能对五种运输方式进行实践应用。	能进行运输方式的选择。	能够分析不合理运输方式，并提出相应的有效措施。
知识目标	1. 了解运输的概念、基本内涵； 2. 理解运输在物流中的地位和作用； 3. 理解五大运输方式的概念和作业。	1. 掌握选择运输方式要考虑的因素； 2. 掌握运输方式的选择方法。	1. 了解运输的不合理现象； 2. 熟悉运输合理化的措施。
素质目标	培养运输作业活动的管理理念。	培养运输作业活动的管理理念。	培养运输作业活动的管理理念。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	8	9	10
周次	4	5	5
项目名称	3. 仓库储存—舒适的住所		
任务	3.1 仓储认知—“吐纳”之术	3.2 仓储作业—万变不离其“宗”	3.3 仓储合理化—博弈与均衡
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。

素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	11	12	13
周次	6	6	7
项目名称	4. 装卸搬运—愚公移山		
任务	4.1 装卸搬运认知—无处不在，如影随形	4.2 装卸搬运的运用	4.3 装卸搬运合理化—和谐的力量
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	14	15	16
周次	7	8	8
总情境	学生高职毕业后，进入某市文正衣品有限公司工作，学生被分配到市场营销部工作，承担本公司的营销工作。		
项目名称	5. 物流包装—旅行的盔甲		
任务	5.1 物流包装认知—不会说话的推销员	5.2 包装技术与设备	5.3 包装合理化—淡妆浓抹总相宜
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。

能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	17	18	19
周次	9	9	10
项目名称	6. 流通加工——价值的提升		
任务	6.1 流通加认知工——锦上添花	6.2 流通加工形式——看我七十二变	6.3 流通加工合理化
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	20	21	22
周次	10	11	11
总情境	学生高职毕业后，进入某市文正衣品有限公司工作，学生被分配到市场营销部工作，承担本公司的营销工作。		
项目名称	7. 配货送货——奇妙的组合		

任务	7.1 配认知送—不仅仅是快递	7.2 配送中心认知—坚用海以纳百川	7.3 配送合理化—1 加 1 大于 2
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	23	24	25
周次	12	12	13
总情境	学生高职毕业后，进入某市文正衣品有限公司工作，学生被分配到市场营销部工作，承担本公司的营销工作。		
项目名称	8. 物流信息—无忧的经络		
任务	8.1 物流信息认知—让物流充满智慧	8.2 物流信息技术—物流通行密码	8.3 物流信息系统—物流现代化的“基石”
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	26	27	28
周次	13	14	14
总情境	学生高职毕业后，进入某市文正衣品有限公司工作，学生被分配到市场营销部工作，承担本公司的营销工作。		
项目名称	9. 物流的未来——一切皆有可能		
任务	9.1 智慧物流——物随心动	9.2 冷链物流——小饭桌，大世界	9.3 绿色物流——天更蓝，水更绿
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。 2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

第×次	29	30	31
周次	15	15	16
总情境	学生高职毕业后，进入某市文正衣品有限公司工作，学生被分配到市场营销部工作，承担本公司的营销工作。		
项目名称	3. 分析营销环境		
任务	3.1 分析企业微观环境	3.2 分析企业宏观环境	3. 应用 SWOT 分析法
情境设计	企业开展营销活动会受到周围及企业自身各种因素的影响，只有与环境相适应、相协调，企业才能顺利开展营销活动。文正公司计划开拓大学生校园市场。领导要求你们团队就大学生校园市场营销环境展开调查并撰写营销环境分析报告。		
具体任务	分析文正公司微观环境因素。	分析文正公司宏观环境因素。	用 SWOT 分析法对文正公司的市场营销环境进行分析，制定对应的营销战略。
能力目标	1. 能够分析微观环境的各种因素对企业的影响	1. 能够分析宏观环境的各种因素对企业的影响	1. 能用 SWOT 分析法分析企业的市场营销环境并制定营销战略。
知识目标	1. 了解市场营销微观环境因素。	1. 了解市场营销宏观环境因素。	1. 了解企业对营销环境的不同反应方式。

			2. 理解 SWOT 分析法。
素质目标	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力。	1. 培养学生的营销环境分析能力； 2. 培养学生的市场决策能力。
考核点	企业微观环境分析报告。	企业宏观环境分析报告	企业营销环境分析及发展战略报告。

七、考核方案

考核方式	成绩构成	评价标准	权重1	考核方式	成绩1	权重2	成绩2 (成绩1*权重2)	成绩3(成绩2*权重1)
形成性考核	小组任务	对每一次小组的实境操作任务进行考核。 考核时间: 每一项任务完成后	40%	组内对成员的评价		25%		
				小组互评		25%		
				教师评定		50%		
	学习态度	遵守课堂纪律、积极参与课堂教学活动、按时完成作业 考核时间: 平时做好记录,期末统计	20%	组内对成员的评价		25%		
				小组互评		25%		
				教师评定		60%		
期末考核	期末考试	采用期末闭卷考试的方式,考察学生对必要的理论知识和实践操作知识的掌握情况 考核时间: 期末	40%					
	合计							

备注: 1. 小组互评成绩=其他小组对本小组评价成绩的平均值,也是本小组所有成员的成绩;
 2. 教师评定=教师评定的本小组的成绩,也是本小组所有成员的成绩;
 3. 成绩2=成绩1*权重2;
 4. 成绩3=成绩2*权重1

八、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)

本课程教材: 现代物流管理, 主编: 张莉, 李秀丽。出版社: 东北大学大学出版社
 本教材是国家示范性高等职业教育规划教材。该教材的特点是案例量较大, 与实践结合较紧密, 信息量大, 着重培养学生应用知识解决问题的能力。

参考资料:

1. 宋文官, 智慧物流

2. 周晓丽, 物流管理基础
3. 中国物流网
4. 中国物流采购网
5. 国际物流联盟网

九、本课程常用术语中英文对照表

十、需要说明的其他问题

1. 本课程根据教学目标要求和营销师考试需要对教材作了适当的取舍处理。在保证达到教学要求的前提下,对教学内容、次序和学时分配等,可根据具体需要做适当调整。

2. 本课程在教学过程中会根据项目设置要求组织学生以小组形式进行观察、调查、讨论、分析,并对观察结果利用所学知识进行分析,要求最后形成书面总结报告上交,或制成 PPT,进行交流。

