

21世纪高职高专  
市场营销实训教程

操阳 李卫华 编著

# 连锁经营实训

21世纪高职高专

# 市场营销实训教程

操阳 李卫华 编著

## 连锁经营实训

FE 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 操 阳 李卫华 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁经营实训 / 操阳, 李卫华编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 7

(21 世纪高职高专市场营销实训教程)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 389 - 7

I. 连… II. ①操… ②李… III. 连锁商店 - 商业经营 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 105272 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总 编 室: (0411) 84710523

营 销 部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: [dufep@dufe.edu.cn](mailto:dufep@dufe.edu.cn)

大连北方博信印刷包装有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm

字数: 359 千字

印张: 17

2008 年 7 月第 1 版

2008 年 7 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤 张爱华

责任校对: 孙 萍

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 389 - 7

定价: 24.00 元

# “21 世纪高职高专市场营销实训教程” 编委会

☆ 编委会主任

卢昌崇

☆ 编委会副主任

赵 宁 窦志铭

☆ 编委会成员（以拼音为序）

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 操 阳 | 居长志 | 李海琼 | 李文国 | 李小红 | 李玉清 |
| 邵安兆 | 余伯明 | 孙虹乔 | 孙玮琳 | 田梦飞 | 王 方 |
| 王 妙 | 吴 玮 | 谢红霞 | 徐汉文 | 徐盈群 | 阎文谦 |
| 杨群祥 | 邹笑言 |     |     |     |     |

## 编写说明

职业教育从它开始大力发展的那一天起，就无时无刻地不与改革联系在一起。无论是教学改革，还是人才培养模式的改革，一次比一次彻底，需要解决的问题一次比一次关键而重大，而高等职业教育的改革更是首当其冲。

就目前正在探索的技能型创新人才培养模式的改革来说，一个有效的高等职业教育人才培养模式应该包括两个方面：其一是有利于技能型创新人才培养的办学模式，其二是有利于技能型创新人才培养的教学模式。办学模式的完善，需要政府、学校和企业三方联动，而教学模式的完善，离不开教材的建设与创新。教材是教师表达教育理念、传播专业知识、指导实践活动的主要窗口，是学生了解和掌握专业知识及技能与能力的最重要的平台。

教育部高等教育司高职与高专教育处处长范唯博士曾经强调，高职首先要强调职业化，这是第一位的。职业化是高职真正的生命力所在，没有“职”就没有高职，所以首先是“职”的特色落实和职责所在。高职是要有设计、有目标、有理性地去实现职业化，而不仅仅是经验的重复，这正是高职的“高”。高职教育的职业化主要通过实践教学环节来确立和提升。教育部在2006年11月16日发布了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》，其中明确提出“校企合作，加强实训、实习基地建设”和“大力推行工学结合，突出实践能力培养，改革人才培养模式”，九项行动指南中有两项就是和实训相关的。在此之前，教育部也多次在不同的文件中提到“加大实训的力度，增加实训环节占整体教学的比例”。因此，高等职业教育的实训教学的开展是紧迫的。

市场营销专业开设历史较长，专业性强，涉及面广，与企业的关联较大，其所培养的人才跨行业的、复合性的应用型人才，适合采用灵活多样的教学方法与手段。对市场营销专业人才培养教学模式的探索，成为开设市场营销专业的高职院校教学改革的重要内容。而锻炼和提升学生的实际操作能力和综合职业能力，实践性教学是关键，更是其他环节所无法替代的，因此强化实训成为该专业教学改革的重中之重。

作为高等职业教育教材领域的内容创新者和服务提供者，东北财经大学出版社在已有成果的基础上，继续加大教材的开发力度，探索全新的编写模式，勇于接受挑战，组织并编写了本套“21世纪高职高专市场营销实训教程”。我们力求本系列教材能够较深刻地理解和把握高等职业教育内涵特征、贴近实际工作、满足教学需求、助推市场营销专业课程体系的改革和教学方式的转变，从而为市场营销专业建设和教学改革的全面展开贡献一己之力。正是基于这样一种前提，本系列教材在保留了科学性、先进性等基本特征的基础上，还具有以下三大特色：品种齐全，内容丰富；体例创新，训练到位；贴近实际，普遍适用。

### 1. 品种齐全, 内容丰富

市场营销专业在逐步的积累和完善过程中, 无论是在该专业对应的职业岗位对技能和能力的要求方面, 还是在实训与现有课程的有机结合方面, 都已经形成了比较统一的认识。因此, 本系列教材包含了市场调查与分析实训、推销实训、营销策划实训、公关实训、连锁经营实训、分销渠道设计与管理实训、网络营销实训、商务谈判实训、商务礼仪实训、市场营销综合实训等品种, 门类齐全, 内容翔实。

### 2. 体例创新, 训练到位

为了方便实训指导教师开展实训教学, 我们将每本教材的内容分为两部分, 即实训概述部分和实训任务指南部分。实训概述部分主要对实训的意义、目的、任务、考核以及课时安排和教学方法等一一作以介绍和说明, 方便实训指导老师使用; 实训任务指南部分则以模块为框架, 逐项列明每个模块下具体包含的实训任务。每本教材的模块都是本着锻炼和提高与该课程对应的职业岗位要求的技能和能力而设置, 打破传统的以理论为线索的章节模式, 在每个模块下设置具体的实训任务, 一个模块由多项实训任务来支撑, 而每一项实训任务以仿真或模拟的工作环境为背景, 以明确的工作任务为导向, 引导和帮助学生演练工作内容, 从而锻炼和提高其实践操作能力和综合职业能力。当然, 工作内容的背后有理论知识作支撑。实训任务中具体包括实训目的和要求、场景设计、相关知识、训练步骤(含注意事项)、效果评价、知识拓展等栏目。

### 3. 贴近实际, 普遍适用

2 高职教育是在教育大众化背景下应运而生的新型教育形式, 教育成分复杂, 办学体制多元, 具有多样性。每所院校的实际情况各不相同, 表现在教育资源多寡、历史渊源有别、发展机会不等或者办学环境不同等方面, 总之, 在同一种人才培养目标下的具体操作存在一定的差异。我们在组织编写本系列教材的时候也考虑到了这些差异, 抓住相关职业技能和能力的共性要求和内涵特征, 尽量做到求大同存小异, 使其具有普遍适用性。在实际的使用过程中, 各院校也可按照自身的教学特点和课时安排灵活取舍。

值得欣慰的是, 当前, 全社会对高等职业教育的认识正日益提高, 基本上形成了全社会关心、重视和支持高等职业教育发展的良好氛围。本系列教材的编写也是希望在推动各院校的营销专业建设与改革方面发挥一定的作用, 尤其希望对营销专业的实训方面起到一定的促进作用, 得到广大师生的认可和欢迎。

“21 世纪高职高专市场营销实训教程”编委会

## 序 言

1990年国内首家连锁超市东莞美佳超市在虎门开业,1995年第一家外资大卖场家乐福(Carrefour)进驻北京。短短十几年,中国零售业发生了翻天覆地的变化。过去的十几年,可以说是中国现代零售业从无到有、从小到大的十几年。这十几年,中国现代零售业从简单的模仿向自主创新发展,涌现出了一批极具本土特色的连锁零售企业;这十几年,中国零售企业不断学习、不断探索,与外资零售企业的差距不断缩小;这十几年,外资零售企业逐步进入了中国市场,在将先进的管理理念带给我们的同时也让很多中国零售企业为之伤神;这十几年,是发展创新的十几年,更是博弈的十几年……

放眼全球零售业的发展趋势,中国零售业正面临着难得的发展机遇和挑战。只有学习,才能改变中国零售业的现状;只有学习,才能从根本上解决广大零售企业发展的问題!我们期望中国零售企业能更加关注业务技能的学习、更加关注人才的培养、更加关注发展模式,奋起直追、勇于创新,走出一条具有中国特色的零售发展之路,塑造零售业大国形象。

然而自从1998年教育部专业目录调整取消商业经济专业之后,国家正规院校的高等教育就淡化了连锁零售管理人才的培养,而这几年也恰恰是我国连锁零售业飞速发展的几年,这一行为带来的直接结果是使中国零售业从发展初期就患了人才缺乏的“先天不足”之症,人才的缺乏严重制约了中国零售业的健康快速发展。而十余年的跨国零售企业从业经历告诉我,中国零售业要想在国际零售舞台上有所发展、有所作为,没有强大的人才支持是无法实现的。

历史和民族的责任感让我们觉得应该为中国连锁零售业的发展做点什么!所以我们(创业团队)毅然离开沃尔玛,专业从事零售咨询和培训工作。经过七年的发展,我们的公司无论是规模还是市场占有率都在全国居领先地位,截至目前,已拥有覆盖全国的客户网络,学员企业达6 000多家,其中包括中国连锁零售百强企业中的92家,参训学员超过5万人,已经成为中国连锁零售咨询培训业的龙头企业和中国零售业专业人才的培养基地。

然而,正像20多年前小平同志所讲的“计算机要从娃娃抓起”一样,要解决中国零售业人才缺乏的“先天不足”,必须从源头就开始努力,所以我们也倡导“中国零售业要从娃娃抓起”,也就是从中等、高等教育开始考虑零售专业人才的培养,从学校就开始培养学生的连锁零售管理等相关技能,而不是仅仅依靠社会力量来解决这一关系国计民生的重要行业的发展问题。

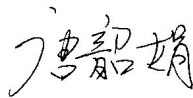
所幸的是,2004年教育部在高等职业教育专业目录里增加了连锁经营管理专业,开始了连锁零售管理的正规化教育。经过4年的发展,开设连锁经营管理专业的院校越来越

多,但与此同时,教材不成熟、课题缺乏创新和实用性又成为困扰各院校的大问题,什么时候才能出现注重实际操作、注重技能培养的好教材,成为各院校以及在职学生的期盼。

江苏经贸职业技术学院的操阳、李卫华两位老师是国内较早从事连锁零售管理研究的学者,曾经在连锁零售企业有过多年的实际工作经历,在连锁零售经营与管理方面积累了丰富的实战经验,而且在教学过程中也积累了比较丰富的教学经验,现在为了填补此方面的空白,他们将自己多年积累的经验编著成书与广大读者全面分享。该书对拉近国内连锁零售管理相关专业理论教育与职业技能之间的距离具有很强的现实意义。

我们欣喜地看到,中国连锁经营管理专业教育正在逐渐走向成熟,我们的队伍也在不断壮大。相信《连锁经营实训》这本教材的出版必将对促进连锁经营管理专业教育在中国的发展,促进“人才兴商”工程在中国的发展,促进全社会对零售人才培养的意识提升起到积极的推动作用!

中国商业联合会专家委员会副秘书长  
IBMG 国际商业管理集团执行总裁



## 前言

连锁经营已是国外发达市场经济国家零售企业的主流发展趋势,在这些零售企业中,有些已经成为跨国经营的特大型连锁经营企业,其销售额在世界 500 强的排名中名列前茅。随着我国市场经济的发展,以及我国零售业竞争的不断加剧,零售领域的连锁经营正在迅速发展。无论是从企业的数量上还是从销售额所占的比重上看,连锁经营方式在我国零售领域所占的份额越来越大。此外,加入 WTO 之后,我国连锁经营企业与国外连锁经营企业同台竞争的范围越来越大,竞争的激烈程度也越来越强。这些使得需要研究与探讨的相关理论问题与实践问题也越来越多,而这一重任自然而然地落在了高等院校肩上。

作为财经院校的教育工作者,我们时常有一种遗憾,那就是尽管近几年来市场上有关连锁经营的教材越来越多,但是有些教材要么是理论有余实践不足,学生学习之后,到了企业很少能用得上,要么是纯粹的企业内部作业手册的翻版,实践性有余而无法用于学校教学工作,在理论与实践之间存在着一定的差距,而这一问题不解决,连锁经营的知识学习与连锁企业的实际工作的衔接就不会顺利。作为有着五十多年历史的商业管理类高等院校,以及国内较早开设连锁经营管理专业的高等院校——江苏经贸职业技术学院(原江苏商业管理干部学院)有着国家级流通现代化实训基地,而且多年来一直致力于连锁经营管理的教学研究工作,经过多年的研究和实践,积累了一些连锁经营实训教学的经验,希望将其总结出来与大家分享。正是基于对连锁行业发展与连锁经营实训教学这两方面需求的认识,我们决定编写一本连锁经营实训教材,希望有助于解决学校和企业、专业和职业之间的距离问题。

在编写该实训教材的过程中,我们充分汲取市场营销类专业教学改革成果,按照以技能训练为主线、相关知识为支撑的思路进行编写,从职业岗位分析入手,较好地处理了理论教学与技能训练的关系。本书每个实训任务均设有实训目的和要求、场景设计、相关知识、训练步骤(含注意事项)、学生天地、效果评价、知识拓展等栏目,具有很强的学科系统性、理论指导性和操作实用性。

本书内容涉及连锁经营认知、连锁店铺开发、卖场设计与商品陈列、连锁商品采购管理、连锁店价格管理、连锁店促销管理、连锁店品类管理、连锁商店门店运营管理、连锁物流配送以及连锁经营综合训练十个模块。

本书由操阳、李卫华两位老师共同完成总体框架设计、编写大纲拟定、初稿的增删修改、统稿和定稿等工作,具体编写分工如下:操阳编写了模块一、模块五、模块八、模块九、模块十,李卫华编写了模块二、模块三、模块四、模块六、模块七。

本书可作为高职高专院校或应用型本科院校的市场营销、连锁经营管理、物流管理、贸易经济、电子商务、工商管理等专业教材或参考书,也可作为连锁企业培训用书和相

关从业人员的自学用书。

本书在编写过程中，参考了大量的书籍、文献资料，吸收了国内外众多学者的研究成果和实践经验，在此一并向这些作者、专家、学者表示衷心的感谢！

由于编著水平有限，书中尚有疏漏和不足之处，恳请广大读者批评指正，使之趋于完善。

操 阳 李卫华  
2008 年 6 月于南京

## 目 录

第1部分  
连锁经营实训概述

- 一、连锁经营实训的意义
- 二、连锁经营实训的目的
- 三、训练目标与训练内容
- 四、课时安排表
- 五、实训成绩考核办法
- 六、实训方法简介

2  
3  
3  
4  
5  
7

第2部分  
连锁经营实训任务指南

- 模块一 连锁经营认知
  - 实训任务1 连锁经营感性认知训练
  - 实训任务2 连锁经营体系与从业岗位认知训练
- 模块二 连锁店铺开发
  - 实训任务3 商店选址与商圈调研训练
- 模块三 卖场设计与商品陈列
  - 实训任务4 卖场平面布局图训练
  - 实训任务5 商品陈列配置表训练
  - 实训任务6 卖场客动线调研训练
- 模块四 连锁商品采购管理
  - 实训任务7 商品组织结构表的制作训练
  - 实训任务8 商品采购流程模拟训练
  - 实训任务9 商品结构分析调整训练
- 模块五 连锁店价格管理
  - 实训任务10 价格带调研及分析训练
- 模块六 连锁店促销管理
  - 实训任务11 促销实施及评估方案训练
  - 实训任务12 全年度促销计划训练
  - 实训任务13 新开店企划训练
- 模块七 连锁店品类管理
  - 实训任务14 品类角色定位训练
  - 实训任务15 品类评估与品类评分表训练
  - 实训任务16 品类策略与计划训练

10  
10  
16  
28  
28  
40  
40  
50  
58  
68  
68  
77  
90  
102  
102  
111  
111  
122  
135  
149  
149  
158  
170

第 2 部分  
连锁经营实训任务指南

|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
| 模块八 | 连锁商店门店营运管理            | 186 |
|     | 实训任务 17 门店收银技能训练      | 186 |
|     | 实训任务 18 门店理货技能训练      | 197 |
|     | 实训任务 19 商品盘点技能训练      | 205 |
|     | 实训任务 20 顾客投诉处理技能训练    | 216 |
|     | 实训任务 21 门店突发事件应急处理训练  | 223 |
| 模块九 | 连锁物流配送                | 232 |
|     | 实训任务 22 物流配送设备识别及选择训练 | 232 |
|     | 实训任务 23 连锁物流配送中心设计训练  | 241 |
| 模块十 | 连锁经营综合训练              | 250 |
|     | 实训任务 24 开店筹备综合训练      | 250 |

|        |     |
|--------|-----|
| 主要参考资料 | 260 |
|--------|-----|



## 一、连锁经营实训的意义

随着中国人世保护期满，中国连锁业竞争日益加剧，主要表现在：一方面一些企业相继倒闭，另一方面连锁业并购高潮迭起。国内近几年一系列倒闭和并购重组事件暴露了一些连锁企业在盲目扩张中无法掩盖的内部管理问题，而这其中一个重要的原因是连锁业人才的极度匮乏。

由于我国许多院校的连锁经营高等教育刚刚起步，还存在这样那样的问题，特别是所学知识与职业技能难以形成有效对接，在知识向技能的转化过程中面临一系列问题。为此，能够帮助学生将知识转化为技能的连锁经营实训刻不容缓。连锁企业所要求的专业技能表现为：店铺开发技能、卖场设计技能、商品管理技能、门店营运技能、营销企划技能等。良好的连锁经营管理专业技能是现代连锁业从业人员的必备能力。

连锁经营实训的意义就在于它能够通过各种连锁经营管理技能的训练，培养学生的连锁经营管理能力，提高学生在连锁企业的适应性，使学生能够快速切入工作，并对学生以后在连锁业的职业生涯发展起到一个有力的助推作用，有助于实现组织与个人的目标。

连锁经营管理技能主要包括以下技能：

### 1. 店铺开发技能

店铺开发对于商店的经营来说是至关重要的，有人说“商店的商圈立地对开店成败的影响力至少占70%”，但不少经营者往往是到开店运营之后再想办法提高业绩，这样往往是事倍功半。而连锁业的一大特点就是多店铺，这使得店铺开发工作几乎成了连锁企业的日常工作。因此，我们必须具备较强的店铺开发能力，它主要表现在商圈调研、商店选址、投资分析、开店筹备工作系统性安排等能力。

### 2. 卖场设计技能

人们日常生活的所需是有限的，但欲望却是无限的。成功的商店懂得营造出一个气氛最适当的“场所”，让消费者在其中尽情地享受购物的乐趣，在不知不觉中选购更多的商品，而达到这一效果则是卖场设计的功劳。从购物者行为分析角度入手的卖场规划设计与商品陈列展示技能成了连锁运营高手的必备技能之一。

### 3. 商品管理技能

顾客到商店的最终目的是为了购买商品，商品管理永远是连锁企业运营的核心，所以连锁企业从业人员需要的不仅是保持一个合理的存货水平，更重要的是要具备能够利用数据分析、数据预测对商品管理进行控制，使商品管理先于市场、先于竞争对手、先于顾客，并随市场的变化而调整商品管理能力。

### 4. 门店营运技能

门店是连锁企业的“末端神经”，是决策层战略是否成功的最终检验的场所，同时也是大多数连锁业从业人员入行的第一站，所以能否做好门店营运工作成了从业人员连锁业职业生涯能否继续发展的前提条件，而这一技能主要体现在收银、理货、盘点、客诉、突发事件处理等方面。

### 5. 营销企划技能

为了业绩的成长或保持占有的优势,连锁企业的营销企划活动是必需的手段之一,它好比化学反应中的催化剂,可营造门店的销售氛围、直接提高商品的销量、树立企业形象,最重要的是不断给顾客带来新鲜感和购物的愉悦感,而要做好营销企划工作,有关促销的策略主题,媒体选择、分析、应用,具体促销方式的选择与组合以及供应商促销资源的整合与争夺就成了本技能的重点。

## 二、连锁经营实训的目的

连锁经营是一门实践性非常强的应用型学科,因此在课程教学中要突出实训。连锁经营实训的主要目的就是促进学生对本课程基础理论的理解,强化学生的实际动手能力和创新能力,强调操作能力与素质的培养,注重理论与实践的结合,突出高等职业技术教育的特色。连锁经营实训能有效地指导学生把理论知识运用于实践,使学生能应用这些知识解决实际连锁企业工作中遇到的问题,实现专业与职业的紧密结合、知识与技能的高效转化、课堂与单位的无缝对接。

## 三、训练目标与训练内容

### (一) 训练目标

#### 1. 思想目标

忠于所服务的组织,忠于公众,严守行业准则,遵纪守法,立场公正,待人真诚,诚实守信。

#### 2. 知识目标

- (1) 掌握连锁经营业态的基本理论知识。
- (2) 熟悉连锁企业经营的体系构架与运作流程。
- (3) 熟悉连锁企业店铺开发的基本知识。
- (4) 熟悉连锁企业卖场规划设计的基本理论知识。
- (5) 熟悉连锁企业商品管理的基本理论知识。
- (6) 熟悉连锁企业营销企划的基本理论知识。
- (7) 熟悉连锁企业门店运营管理的框架体系。
- (8) 熟悉连锁企业物流配送的基本理论知识。

#### 3. 技能目标

- (1) 熟悉商圈调研的目的、方案制订与执行、调研方案的撰写。
- (2) 了解店铺开发的流程、分工模块及各分工模块的统筹安排。
- (3) 掌握卖场设计的基本原则及设计思路与方法。
- (4) 掌握商品配置表的制作方法。
- (5) 掌握卖场客动线调研的操作技巧。

- (6) 掌握经营定位规划与商品组织结构表的规划技能。
- (7) 熟悉连锁零售企业商品采购的流程。
- (8) 掌握商品结构调整的原则、思路及操作手法。
- (9) 掌握价格带的分类法及不同企业定位与价格带的互动。
- (10) 熟悉零售促销的目的、流程、策划、实施与评估方法。

## (二) 训练内容

1. 连锁经营认知训练
2. 连锁店铺开发训练
3. 卖场设计与商品陈列训练
4. 连锁商品采购管理训练
5. 连锁店价格管理训练
6. 连锁店促销管理训练
7. 连锁店品类管理训练
8. 连锁商店门店营运管理训练
9. 连锁物流配送训练
10. 连锁经营综合训练

## 四、课时安排表

4

对于高职高专院校或应用型本科院校的市场营销专业（连锁经营方向）或连锁经营专业而言，建议安排在大三上半年（或下半年）为期一个月，集中进行实训，从而强化学生的职业技能训练，为本专业学生就业打下坚实的基础。对于其他商科类专业，建议修完连锁经营原理课程，再安排此项实训，实践教学与理论教学同步进行，在理论教学的基础上，强化学生的实践能力，课时安排见表1。

表1 课时安排

| 实训模块             | 序号 | 实训内容            | 连锁专业<br>建议课时 | 非连锁专业<br>建议课时 |
|------------------|----|-----------------|--------------|---------------|
| 模块一<br>连锁经营认知    | 1  | 连锁经营感性认知训练      | 8 课时         | 2 课时          |
|                  | 2  | 连锁经营体系与从业岗位认知训练 | 8 课时         | 2 课时          |
| 模块二<br>连锁店铺开发    | 3  | 商店选址与商圈调研训练     | 16 课时        | 4 课时          |
| 模块三<br>卖场设计与商品陈列 | 4  | 卖场平面布局图训练       | 8 课时         | 2 课时          |
|                  | 5  | 商品陈列配置表训练       | 4 课时         | 2 课时          |
|                  | 6  | 卖场客动线调研训练       | 16 课时        | 8 课时          |

| 实训模块              | 序号 | 实训内容          | 连锁专业<br>建议课时 | 非连锁专业<br>建议课时 |
|-------------------|----|---------------|--------------|---------------|
| 模块四<br>连锁商品采购管理   | 7  | 商品组织结构表的制作训练  | 4 课时         | 4 课时          |
|                   | 8  | 商品采购流程模拟训练    | 8 课时         | 4 课时          |
|                   | 9  | 商品结构分析调整训练    | 4 课时         | 2 课时          |
| 模块五<br>连锁店价格管理    | 10 | 价格带调研及分析训练    | 8 课时         | 4 课时          |
| 模块六<br>连锁店促销管理    | 11 | 促销实施及评估方案训练   | 4 课时         | 4 课时          |
|                   | 12 | 全年度促销计划训练     | 4 课时         | 2 课时          |
|                   | 13 | 新开店企划训练       | 4 课时         | 2 课时          |
| 模块七<br>连锁店品类管理    | 14 | 品类角色定位训练      | 4 课时         | 2 课时          |
|                   | 15 | 品类评估与品类评分表训练  | 4 课时         | 2 课时          |
|                   | 16 | 品类策略与计划训练     | 4 课时         | 2 课时          |
| 模块八<br>连锁商店门店运营管理 | 17 | 门店收银技能训练      | 16 课时        | 4 课时          |
|                   | 18 | 门店理货技能训练      | 16 课时        | 4 课时          |
|                   | 19 | 商品盘点技能训练      | 16 课时        | 4 课时          |
|                   | 20 | 顾客投诉处理技能训练    | 4 课时         | 2 课时          |
|                   | 21 | 门店突发事件应急处理训练  | 4 课时         | 2 课时          |
| 模块九<br>连锁物流配送     | 22 | 物流配送设备识别及选择训练 | 8 课时         | 2 课时          |
|                   | 23 | 连锁物流配送中心设计训练  | 8 课时         | 2 课时          |
| 模块十<br>连锁经营综合训练   | 24 | 开店筹备综合训练      | 16 课时        | 4 课时          |
| 合 计               | —  |               | 196 课时       | 72 课时         |

## 五、实训成绩考核办法

### (一) 成绩分布

1. 实训表现与态度 (20%)。
  2. 实训操作过程和实训内容掌握程度 (50%)。
  3. 实训报告的内容与文字表达 (30%)。
- 总成绩为以上三项的成绩之和。