

中国社科院中国市场学会“十二五”规划教材
—中国市场营销课程标准开发中心（CMC）规划教材
工作过程系统化市场营销专业课程系列教材

营销职业认知

学习情境二：认知批发企业的工作任务及岗位设置

总主编 苏兰君 总指导 赵志群 编委员会主任 赵宏大

徐 林 杨英梅 主 编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

中国社科院中国市场学会“十二五”规划教材
中国市场营销课程标准开发中心（CMC）规划教材
工作过程系统化市场营销专业课程系列教材

营销职业认知

学习情境二：认知批发企业的工作任务及岗位设置

总主编 苏兰君 总指导 赵志群 编委会主任 赵宏大

徐 林 杨英梅 主 编
徐仲琦 许春燕 副主编

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

营销职业认知. 学习情境二: 认知批发企业的工作任务及岗位设置 / 徐林, 杨英梅主编. —北京:
电子工业出版社, 2011.6

中国市场营销课程标准开发中心(CMC)规划教材

ISBN 978-7-121-13394-7

I. ①营… II. ①徐… ②杨… III. ①市场营销学—高等职业教育—教材 ②批发业—市场营销学—高等职业教育—教材 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 078499 号

责任编辑: 晋 晶

印 刷:

装 订: 北京中新伟业印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 880×1230 1/16 印张: 8 字数: 236 千字

印 次: 2011 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 24.00 元(全套 3 册)

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

序

提高职业教育的人才培养质量,更好地满足学生高质量就业和职业生涯发展的需要,这已经成为各级各类职业院校的一项重要工作,广大教师在课程和教学改革方面做了很多努力。然而,想要开发高质量的职业教育课程并非易事,因为这需要对“工作要求和学习过程的关系”进行深入的分析,即进行科学的“职业资格研究”(Qualification Research),而对此绝大多数教师并无经验。

目前,大多数职业院校采用行为主义(Behaviorism)的岗位分析方法,其基本假设是:①人类的职业活动可以分解为一系列的基本单元,专家能对其进行把握和分析;②工作任务和工作行为之间有特定的联系,相同的岗位要求导致相同的工作行为。这种分析方法对于具有确定性和重复性的“操作技能型”岗位来说有其合理的一面,但是对于商业营销领域的“知识技能型”岗位来说却有很大问题。例如,商业工作中的很多操作活动都是填写表格,但分析人员却无法准确分析填写表格时的智力活动(行为主义理论中的不可测因素),而这恰恰是职业教育最重要的学习内容。行为主义的岗位分析忽视了工作行为的“思维背景”,破坏了对学习最为重要的“情境”,其分析结果往往集中在程序化的操作技能上,反而忽视了更高层次的行动调控,弱化了职业教育课程的教育性和发展性。

在“北京市职业院校教师素质提高工程”工作中,我认识了“市场营销专业创新团队”的老师,他们承担着市场营销专业的工作过程导向课程的开发任务。这是一个科学敏感性很强的团队,他们敏锐地意识到了上述问题,试图寻找更加科学、完善的课程开发方案和技术,以保证他们的课程开发质量。

职业教育不仅是训练学生机械性的技能技巧,更是培养他们应对困难,完成具有一定知识和经验要求的综合性工作任务的能力,商业类的专业更是如此。职业教育中的学习任务应当满足赫威斯(R.J.Havighurst)提出的“发展性任务”(Developmental Task)的要求,并符合德来福斯(H.L.Dreyfus)提出的“职业发展的逻辑规律”。以职业教育为目的的工作分析,也必须考虑“人”的职业发展规律,并深入到个性化的工作层面。可以看出,“市场营销专业创新团队”在这方面进行了大量的尝试。他们通过“营销实践专家研讨会”(Expert Worker Workshop)等程序化的质性(Empirical)资格研究方法,提炼出了营销专业的“典型工作任务”(Professional Tasks),通过广泛征求多方面专家的意见,建立了一套比较完整的课程体系,并进行了相应的教学实验。

我们欣喜地看到,“市场营销专业创新团队”在专业化发展(Professionalization)取得长足进步的同时,其工作成果也得到了职教界和行业专家的广泛认可。目前,全国各地有60多所高等院校,特别是职业院校的市场营销教师主动加入了他们的活动,从而形成了一个跨区域的课程开发“实践共同体”。大家发挥各自优势,集中集体的经验、智慧和力量,共同打造了一个工作过程系统化的市场营销系列课程平台,这在一定程度上有助于解决目前单所院校独立开发课程师资力量有限、调研企业面窄等问题。

IV ■■■ 序

希望这套教材的出版,能够帮助职业院校更快、更好、更优地培养社会所需要的高素质人才;也衷心希望通过教师的改革实践活动,帮助学生通过对商业服务工作的任务、过程和环境所进行的整体化感悟和反思,实现知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观学习的统一,并为建立适合中国国情的、符合工学结合要求的新型课程和教学模式提供有价值的经验。



北京师范大学职业与成人教育研究所所长、教授

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录

学习情境一：认知零售企业的工作任务及岗位设置

第一部分 相关知识

- 一、认识零售业
- 二、商品概述
- 三、零售促销
- 四、盘点作业
- 五、零售服务

第二部分 零售企业的工作任务及岗位设置认知任务实施

- 六、学习任务书
- 七、任务实施步骤
- 八、活动总结

学习情境二：认知批发企业的工作任务及岗位设置

第一部分 相关知识

- 一、物流
- 二、采购管理
- 三、新商品开发
- 四、收货及验收
- 五、库存管理

第二部分 批发企业工作任务及岗位设置认知任务实施

- 六、学习任务书
- 七、任务实施步骤
- 八、活动总结

学习情境三 认知营销职业工作情况

第一部分 相关知识

- 一、市场营销学概述
- 二、市场营销环境

三、市场结构与研究方法

四、消费者市场研究

五、组织市场研究

第二部分 营销职业工作情况认知任务实施

六、学习任务书

七、营销职业工作情况认知任务实施

八、活动总结

设计方案

课程名称		营销职业认识		课程编号	
学习情境（工作学习任务）		认知批发企业的工作任务及岗位设置		学习情境编码	
适用班级		市场营销专业各班级		学时	24
学习情境		认知批发企业的工作任务及岗位设置			
学习目标		1）了解物流、采购、新产品开发与收货及入库的相关知识 2）了解批发企业的经营环境、基本营销策略和发展目标 3）了解批发企业的岗位设置、工作任务、工作流程和工作规范 4）掌握完成批发岗位工作任务需要的理论知识与能力 5）树立从事批发企业工作应具备的价值观念 6）增强自己工作的主动性、责任意识、服务意识、市场意识			
学习内容		1）批发企业在经济活动中的作用、企业组织结构、发展现状与发展趋势 2）批发企业展开经营活动所处的内外部环境、基本发展战略、发展目标 3）批发企业的岗位设置、工作任务及完成标准、工作规章等 4）市场信息的收集内容与技巧 5）市场意识的培养 6）从事批发业工作应具备的价值观念			
评价建议		1）自我评价内容：岗位认知情况；工作计划的实施情况；认知报告撰写情况 2）小组评价内容：岗位认知情况；在认知过程中的表现如纪律、态度、市场意识、责任意识、服务意识、团队意识等			
教学建议与说明		1）成立工作小组，学生以小组为单位，在学校实训基地进行练习 2）利用业余时间到批发企业进行调查，了解批发企业的岗位设置、工作任务、工作流程与规章制度等			
步 骤	1	2	3	4	5
工作过程	资讯	计划与决策	实施	检查	评价
教学过程与内容	批发实践问题探究、感悟营销	制定小组工作计划和个人工作计划	个人认知活动、小组认知活动、在实践中认知、撰写认知报告	自我检查、小组检查、教师检查	完成学习情境评定表
教法建议	小组学习、教师介绍学习及考核方法	小组学习	小组学习、教师协助解决沟通与调解相关问题	小组学习、教师检查学习成果	小组学习、教师评定
学 时	2	2	14	4	2

第一部分 相关知识

一、物流

（一）物流的要素

- 1) 流体：物流中的“物”，即物质实体。
- 2) 载体：物体借以流动的设备和设施，分为两类：第一类载体指基础设施，如铁路、公路、水路、港口、车站、机场等基础设施，它们大多是固定的；第二类载体指设备，即以第一类载体为基础，直接承接并运送流体的设备，如车辆、船舶、飞机、装卸搬运设备等，它们大多是可以移动的。物流载体的状态，尤其是第一类载体即物流基础设施的状态，直接决定物流的质量、效率和效益。
- 3) 流向：起点到终点的流动方向
- 4) 流量：通过载体的流体在一定流向上的数量表现。流量与流向是不可分割的。
- 5) 流程：通过载体的流体在一定流向上行驶路径的数量表现。
- 6) 流速：通过载体的流体在一定流程上的速度表现。

（二）物流的种类

按照物流在社会再生产过程中不同阶段的活动范围和业务性质，一般可将物流划分为5种类型。

- 1) 供应物流：从物资（主要指生产资料）供给者，经过采购、运输、储存、加工、分类或包装、搬运装卸、配送，一直到购买者拥有并收到物资这一过程中的物流。
- 2) 生产物流：从原材料采购、运输、储存，车间运料、装卸搬运、半成品流转，成品分类拣选、包装、入库，一直到产品运至中间商或顾客的全过程中的物流，也称工厂物流。
- 3) 销售物流：生产工厂或商业企业从商品采购、运输、储存、装卸搬运、加工、包装、拣选、配送、销售，直到顾客收到商品这一过程中的物流。
- 4) 回收物流：伴随货物运输或搬运的包装容器、装卸工具及其他可再用的旧杂务物的回收、分类、再加工及复用这一过程中的物流。
- 5) 废弃物流：伴随某些厂矿的产品生产，同时或共生的副产品、废弃物，以及生产和生活消费中的废弃物的收集、分类、处理这一过程中的物流。

二、采购管理

（一）采购业务流程

采购业务的流程大致为：采购前的准备（信息收集、分析）—商品、供应商审核—采购业务谈判—合同签订—合同履行（合同调整）。

（二）采购前的准备

- 1) 采购商品在国内市场行情和当地市场的行情分析。首先，对商品的市场需求进行调查、分析；其次，对供应商的经营、销售情况和价格政策做出正确判断；再次，对本企业同类商品销售情况进行分析；最后，对竞争对手同类商品的经营策略进行研究。
- 2) 商品的类别、型号、质量、数量及价格水平等信息的收集与分析。
- 3) 对公司的销售网络和销售能力进行分析。

（三）商品采购议价程序

- 1) 报价。报价包括两种情形，一是主动报价，即企业因顾客需求或商品结构需求而寻求报价；二是

被动报价,即供应商报价。

接受报价时应注意以下几点。

- ① 分类报价原则:将不同类的商品分开处理。
- ② 定期报价原则:每周固定一天或两天,接受供应商的报价。
- ③ 资料齐全原则:详细规定供应商在报价时提供的商品基本资料。
- ④ 报价单规范化:要求供应商按统一的报价单报价。

⑤ 样品提供与保管:在接受供应商报价时,应要求供应商提供实物样品,以便判断商品品质,同时还要存档一份,作为品质基本标准。

2) 访价。访价是指采购人员接到供货商的报价后,直接进行市场调查以确定供应商的报价对本企业的适应度,其程序为:初审(审定报价单上的品项,剔除不适宜的品项)—通过初审的品项(对需要访价的商品进行访价,至少要走访3~4家竞争对手)—访价前的准备(访价的品项、对象、线路、时间)。

3) 议价。首先确定议价日,一般每月确定几个议价日。其次谈判价格及交易条件。

4) 购入商品。购入商品后,应按以下流程工作:编码—建档—编制商品配置表—追踪管理(每周记录销售情况,分析原因,直到确定为畅销品为止)。

三、新商品开发

1. 新商品的评估

1) 新商品初评。对新商品在质量上是否符合国家、行业、地方政府的有关法律、法规以及新商品的进价、毛利率、进退货条件、广告宣传、市场竞争力、赞助条件等项目进行初评。

2) 新品复评。由具有商品专业知识的人员组成采购委员会进行复评。在初评的基础上,对商品的口味、包装、售价及市场接受程度等进行具体评价。

3) 新品试销。

4) 跟踪管理。对新品销量要观察、记录和分析。

2. 新商品的开发原则

在进行商品开发、更新时,一定要坚持“能给顾客带来新的效用和利益”这一基本原则。

四、收货及验收

1. 商品验收的主要项目

1) 条码、数量品种、规格验收。

2) 商品包装检验,包括:包装是否符合国家、地方政府、行业主管部门的有关规定及双方合同的约定;销售包装是否标明了国家、地方政府、行业主管部门规定必须标明的内容及双方合同约定的内容;包装是否完好无损;包装的数量是否准确。

3) 重量、尺寸、体积、比重等基本物理量的检查;强度、耐用、耐温、收缩、褪色等性能检查。

4) 商品各项功能测试。针对机械、电器、钟表类商品,根据说明书,检查其功能情况。

5) 进货检验中的索证及标志检验。在进货前,向生产企业或供货商索要相关的文件、证件等。检验商品的包装及其标志、标签是否符合国家、地方政府、行业主管部门和企业的规定。

6) 委托社会有关机构的检验。

2. 入库作业

对验收合格的商品,配送中心做入库处理或直接发货。

五、库存管理

1. 仓间管理

1) 巷道设置。巷道包括走道和支道,宽度由库房的面积、商品和装卸设备情况而定。商品批量越小,支道越多。

2) 货位标号。货位标号即商品在仓库中的地址,标号要遵循“标志明显易分,编排循规有序”的原则。

3) 分区分类管理。根据商品的数量和性能将仓库划分为若干区域,同时将商品分成若干类别,以便分类集中保管。

2. 商品盘点及数量管理

1) 定期盘点。包括年、季度、月、日、交接班盘点。

2) 不定期盘点。在调整价格、改变供应方法、人员调整、意外事故、清仓等情况下进行不定期盘点。

第二部分 批发企业工作任务及岗位设置认知任务实施

当今就业市场竞争日趋激烈,良好的职业价值观念、强烈的市场意识、熟练的工作技能、扎实的理论基础、端正的工作态度和诚实正直的品行,成为求职者参与就业竞争、获得职业岗位工作的重要砝码。

六、学习任务书

(一) 任务背景

随着燕京商贸学校教学方法的改进,教学质量不断提高。这显著体现在用人单位良好的信息反馈上。一些大型批发企业也在该校进行校园招聘。鉴此,学校举办了一场“批发企业职业岗位工作技能竞赛”,以让学生了解认知批发企业,同时培养学生从事批发企业职业岗位工作的能力。请你和班级其他同学每5~7人一组,组成学习工作小组,调查社会上批发企业的工作情况,了解并掌握规范的超市工作运营情况,初步掌握批发企业岗位工作技能,形成“批发企业工作任务及岗位设置认知报告”,为自己将来真正步入职场打下基础。

(二) 学习目标

- 1) 了解批发企业的经营环境、基本营销策略和发展目标。
- 2) 了解批发企业的岗位设置、工作任务、工作流程和工作规范。
- 3) 掌握完成批发岗位工作任务需要的理论知识与能力。
- 4) 树立从事批发企业工作应具备的价值观念。
- 5) 增强自己工作的主动性、责任意识、服务意识、市场意识。

(三) 建议学时

本部分建议 28 学时。

(四) 内容结构

- 1) 明确任务所包含的内容。
- 2) 组建完成任务的工作小组。
- 3) 寻找完成任务的平台。
- 4) 制定完成任务的计划。
- 5) 制定工作任务实施计划。

- 6) 个人描述批发企业工作任务及岗位设置。
- 7) 小组内部讨论归纳批发企业工作任务及岗位设置。
- 8) 形成批发企业工作任务及岗位设置认知报告。

七、任务实施步骤

(一) 感知批发工作

1. 初试身手——批发实践问题探究

1) 你公司购买了一批“电子烟”，由你负责来分销，而你所掌握的客户还没有销售“电子烟”的业务经历，你有什么办法来开发新客户吗？

我的处理方案是：_____

2) 你的一个老客户向你提出这样的请求：帮助他的孩子交齐 3 万元高中入学择校费用。你如何处理？

我的处理方案是：_____

3) 在“金九银十”的销售旺季，你的销售业绩不错，由于任务多，工作忙，给一家企业进货后，在开收货票据时，发现少了一箱货，价值 6 000 元。你如何处理？

我的处理方案是：_____

4) 在一次货品交易会上，一个老客户准备从你处进货，但提出你要帮助搞一次促销活动。你如何设计促销方案？

我的促销思路是：_____

6 ■■■ 学习情境二 认知批发企业的工作任务及岗位设置

5) 在批发工作中，人际关系、服务质量、个人品质这几项你认为哪一项最重要？理由何在？
我的答案是：_____

2. 自学与讨论

1) 学生自主对工作任务及岗位设置认知的工作内容进行分析讨论，明确工作任务。

① 我理解的工作任务内容有：_____

② 我们小组通过讨论分析，认为我们的工作任务内容有；_____

③ 我们小组认为批发企业经营环境因素有：_____

主要工作任务有：_____

④ 我们小组认为批发企业职工应具备的基本素质有：_____

批发行业从业者的基本价值观念有：_____

2) 以小组为单位，通过查阅资料、小组讨论制定批发企业工作任务及岗位设置认知活动方案需要知的内容与工作评价标准。

需认知的内容：_____

工作评价标准：_____

3) 各组通过详细阅读、分析上述认知学习（工作）任务，提炼出认知批发企业经营情况及其岗位工作任务的关键工作环节（关键点）：_____

4) 收集完成任务的平台。各组通过讨论，收集并整理完成任务可以利用的平台，填入表1。

表1 完成任务可以利用的平台

任务名称	完成任务可以利用的平台
批发企业发展历史	
批发企业发展趋势	
批发企业经营的基本战略	
批发企业工作流程	
批发企业岗位设置	
批发企业岗位工作任务	
批发企业工作规章	
批发企业员工的素质要求	
批发企业员工的职业价值观念	
目标市场的类型	
目标市场的特点	
备注	

3. 感悟营销

与众不同

美国钢铁大王安德鲁·卡内基（Andrew Carnegie）小时候家里很穷。一天放学回家经过一个工地，他看到一个老板模样的人正在那儿指挥盖一幢摩天大楼。

卡内基走上前问：“我长大后怎样才能成为像您这样的人呢？”

“第一要勤奋……”

“这我早就知道了，那第二呢？”

“买件红衣服穿。”

卡内基满腹狐疑：“这与成功有关系吗？”

那个老板模样的人指着面前的工人说：“有啊！你看他们都穿清一色的蓝衣服，所以我一个都不认识。”他又指着旁边的一个工人说：“你看那个穿红衣服的，就因为他穿得和旁人不同，这才引起了我的注意，我也就认识了他，发现了他的才能，过几天我会为他安排一个职位。”

资料来源：京华企业咨询公司. 市场胜略[M]. 北京：今日中国出版社，1996.

全美最差的饭店

这里是美国的旅游胜地之一，每到旅游季节，来这里游玩的人很多。因此，附近的人们在这里开设了很多旅店和饭馆。有的以优质服务招徕顾客，有的以富丽堂皇的门面吸引旅游者，各有所长，生意兴隆。

在众多的饭店中，有一家貌不惊人、环境不是很好的中等饭店。虽然服务不错，厨师手艺不赖，但来这里就餐的人并不多，因此效益并不好。

这家饭店的老板感到这样下去不行，于是他决定更名。第二天，“全美最差的饭店”的招牌挂在了该饭店的门口。

路过这里的顾客看了这个招牌，都会感到好笑：“还有自己承认是全美最差饭店的人。”于是决定进去试一试，看“全美最差饭店”到底差到什么地步。结果这家饭店顾客盈门。

资料来源：京华企业咨询公司. 市场胜略[M]. 北京：今日中国出版社，1996.

两则营销故事给我的启示： _____

(二) 工作任务规划

1. 制定完整可行的小组工作计划

1) 小组成员通过查阅相关资料，共同讨论制定出一个完整可行的工作计划的关键点。

2) 根据讨论结果，制定小组工作计划，填入表 2。

表2 _____小组批发企业工作任务及岗位设置认知工作计划

年 月 日

组长: _____

分解的工作任务	责任人	完成时间	完成任务的方法	完成任务的渠道	完成任务情况评价

3) 形成小组认知报告。

- 个人认知结论的汇总: 责任人_____; 完成时间_____。
- 形成小组认知报告: 责任人_____; 完成时间_____。
- 个人认知报告完成时间: _____。

教师与学生一起就学生制定的认知工作计划进行讨论,从针对性(10%)、可行性(50%)、高效性(30%)、完整性(10%)这几个方面来确定最优的认知工作计划。各组参照最优的认知工作计划,修改自己的认知工作计划。

在小组认知报告的基础上,个人完成自己的认知报告。

2. 个人完成任务计划

1) 个人负责的任务内容: _____

2) 完成任务的方法: _____

3) 完成任务的渠道: _____

4) 完成任务可能遇到的困难和需要得到的帮助: _____