

高等院校精品课程系列教材

工商管理类专业综合实训教程

工商模拟市场实训

阚雅玲 郭立国◎著



机械工业出版社
China Machine Press

高等院校精品课程系列教材

工商管理类专业综合实训教程

工商模拟市场实训

阚雅玲 郭立国◎著



机械工业出版社
China Machine Press

本书为工商管理类专业综合实训教程。本书实现了经济学、管理学、企业策划、企业管理、市场营销、公司理财、会计实务、税收实务、经济法规、公共关系、广告实务等各门学科相关知识的有机整合。学生综合运用这些知识,能够完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、装饰布置、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总结完善等全过程的深入实训。本书不仅详细阐述了学生如何实训,而且还介绍了实训基地如何建设以及实训课程如何组织与管理。

本书适用于管理类专业的高职、中职教师和学生以及有志于自我创业的各级各类学生及社会人士阅读。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

工商管理类专业综合实训教程:工商模拟市场实训 / 阚雅玲, 郭立国著. —北京:机械工业出版社, 2007.5

(高等院校精品课程系列教材)

ISBN 978-7-111-21236-2

I. 工… II. ①阚… ②郭… III. 工商行政管理—市场—环境模拟—技术培训—教材
IV. F203.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第043174号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:程琨 版式设计:刘永青

北京诚信伟业印刷有限公司印刷 · 新华书店北京发行所发行

2007年5月第1版第1次印刷

170mm × 242mm · 11印张

定价:22.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

前言

众所周知,管理科学的实验很难像自然科学那样在实验室就能很好地完成。因为我们无法给学生一个企业,让他们去经营管理;也难以给学生一笔资金,让他们去投资经营;甚至很难让他们走向市场,去亲身感受市场经济的规律以及市场运行的规则。因而高等院校工商管理专业教学的实训还停留在传统的“走出去,看一看成功企业的做法;请进来,听听专家学者的见解”这一阶段。传统的走马观花的实训教学只能给学生以感性的认识和直观的了解,无法让学生学以致用、亲身实践。而有些单一课程的实践也只是从企业经营管理的某个方面入手,无法给学生一个系统实践的环境,如此培养出的学生,经常出现学管理的搞不了管理;学经营的干不了经营的现象,难以适应市场经济对人才的需要。为此,必须全面改革工商管理传统的实训方式。经过多年的研究和实践,我们创立了一种全新高效的工商管理类专业综合实训模式——工商模拟市场,并取得了一定的成绩,本书被评为“广东省2006年高等学校精品课教材”。为了使这门课得以广泛推广,让更多的学生和学校从中受益,在机械工业出版社华章公司的大力支持下,本书得以出版。我们的初衷不只是推出一本教材,而是在推行一门实训课程,推广一种教学模式,因为这门课程是我们首创和独创的,它具有以下特点。

1. 实训基地与众不同

几乎所有校内实训室都会在校园某一建筑物内进行建设。实训室的建设均需固定专用的场地、设备和日常管理人员,因而无论是建设还是维护都需要一笔不小的开支。如果实训室的利用率很高,其效益也会明显,否则可能造成大量人力、物力的浪费。工商模拟市场实训室改革传统建设思路,它是在校园学生宿舍区

或广场等处露天搭建,需要时校企共建、产学研结合、一部分社会化外包,不需要时随即拆除,成本低、效果好。

2. 实训组织全员参与

工商模拟市场的组织实现了以系主任为领导、各专业教师和学生干部以及赞助单位的全员参与。这一综合实训使各专业教师将各自所讲授的专业课与企业围绕市场的真实运作和企业的现实管理有机地整合起来,改变了传统课程及实训的孤立状态。而为了锻炼学生的组织策划能力,工商模拟市场实训基地的具体工作全部由学生完成,系领导和专业教师起指导、协调和监控的作用,这样就为学管理且有志于将来做管理的学生提供了难得的实训机会。

3. 实训过程全面到位

工商模拟市场实现了经济学、管理学、企业策划、企业管理、市场营销、公司理财、会计实务、税收实务、经济法规、公共关系、广告实务等各门学科相关知识的有机整合。学生综合运用这些知识,能够完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、装饰布置、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总结完善等全过程的深入实训。

4. 实训效果广泛认同

工商模拟市场的综合实训让学生全面实践了课堂所学的知识,学以致用,活学活用;强化了学生的市场经济意识,培养了市场经济所需的经营与管理能力;加强了学校与企业和社会的联系,为校企工学结合创造了机会;培养了大学生的竞争意识,也培养了他们团队合作与创业和就业的能力,为提高就业率和优化就业岗位奠定了基础。番禺职业技术学院工商模拟市场这一实训活动先后得到了30多个商家的大力赞助和热情加盟;吸引了众多媒体近60项的采访和报道;获得了校内外领导和同行们的高度赞扬;更得到了学生们的热烈欢迎。

本书在体现上述特色的同时具有通俗、生动、易于操作的特点,教材融入了番禺职业技术学院工商模拟市场实训几年来的体系探索、内容把握、过程控制和经验总结,以大量的范例对实训基地的建立和实训过程的实施提供了切实可行的操作方法,若能按此教材进行实训即可获得良好的教学效果。本书不但适合工商管理类专业高职学生使用,也适合工商管理类专业本科学生及中职学生使用。

本书为番禺职业技术学院教师阚雅玲和郭立国合著。全书由阚雅玲副教授拟定大纲,总纂定稿,并具体完成第1~4章、第8章、第10章、第11章和“学生常见

问题答疑”部分的撰写任务。郭立国老师完成了第5~7章、第9章的撰写任务。在此,我们非常感谢番禺职业技术学院工商系主任饶骏峰老师、教学秘书黄淑芬老师、学生辅导员曾海宾老师以及所有担任工商模拟市场实训的指导教师,还要感谢一届又一届的工商系优秀的学生干部,正是他们的辛苦努力才保证了每一年工商模拟市场实训的成功举行,从而也为本书的撰写打下了良好的基础。

由于作者水平有限,书中难免有错误和疏漏之处,敬请广大读者批评指正。

阎雅玲 郭立国

2007年2月8日

目 录

前 言

第1章 工商模拟市场实训课程概述/1

1.1 什么是工商模拟市场实训/2

1.1.1 工商模拟市场的内涵/2

1.1.2 工商模拟市场实训的特点/3

1.2 工商模拟市场适合的专业及实训的理论/4

1.2.1 工商模拟市场实训适合的专业/4

1.2.2 工商模拟市场综合实训的理论/5

1.3 工商模拟市场实训程序和安排/6

1.3.1 实训的教学管理程序/7

1.3.2 学生综合实训的步骤/7

1.3.3 实训教学组织方式/9

1.4 实训教学理念和教学方法/10

1.4.1 实训教学理念/11

1.4.2 实训教学方法/12

1.4.3 实训教学手段/14

1.5 工商模拟市场实训的效果/15

第2章 工商模拟市场实训组织/17

2.1 工商模拟市场的组织与分工/17

2.1.1 成立工商模拟市场筹委会/17

2.1.2 工商模拟市场实训基地建设工作安排/18

2.2 工商模拟市场经营与管理办法/23

2.2.1 企业注册管理办法/24

2.2.2 企业经营管理办法/24

2.2.3 市场经营注意事项/25

2.3 工商模拟市场赞助办法/26

2.3.1 获取赞助的目的/26

2.3.2 拉赞助的管理/26

2.3.3 赞助与加盟方案/27

2.3.4 赞助单位认募方式/27

2.4 工商模拟市场开幕仪式/28

2.4.1 开幕式的准备工作/28

2.4.2 开幕式的流程/28

2.4.3 开幕式注意事项/29

附录2A 工商模拟市场对外宣传资料范例/29

第3章 工商模拟市场实训基地的建设/31

3.1 主要建设过程及所需资源条件/31

3.1.1 实训基地建设过程及要求/31

3.1.2 需要的物资准备计划/32

3.2 学生实训摊位的布局与划分/33

3.2.1 学生实训摊位的分区/33

3.2.2 学生实训摊位的划分/33

3.3 学生实训摊位的价格/34

3.3.1 摊位的起拍价/36

3.3.2 摊位的最终价格/36

- 3.4 实训摊位的招投标/37
- 3.4.1 摊位投标的有关规定/37
- 3.4.2 摊位招投标的准备与过程/38

第4章 集中实训前的准备/39

- 4.1 开店的基本知识/39
- 4.1.1 基本商业知识/40
- 4.1.2 申请营业执照/41
- 4.1.3 进行税务登记/42
- 4.2 组建模拟企业/43
- 4.2.1 人员组合/43
- 4.2.2 职责分工/44
- 4.2.3 团队精神/44
- 4.3 开展市场调查/46
- 4.3.1 问卷调查的设计/46
- 4.3.2 调查对象的选择/48
- 4.3.3 调查结果分析/48
- 4.4 制定企业经营方案/49
- 4.4.1 企业经营方案包含的内容/50
- 4.4.2 企业经营方案的编写/50
- 4.5 企业注册与摊位投标/51
- 4.5.1 企业注册/52
- 4.5.2 摊位投标/53
- 4.6 摊位的设计与布置/53
- 4.6.1 摊位设计的目标/54
- 4.6.2 摊位外观的三种类型/54
- 4.6.3 设计好摊位的招牌/54
- 4.6.4 商品陈列的方式/55
- 4.6.5 摊位设计与布置的工作步骤/55
- 4.7 店面广告的设计与制作/56
- 4.7.1 广告的基本原则/56
- 4.7.2 店面广告的种类/57
- 4.7.3 店面广告的制作要点/57
- 4.7.4 店面广告的摆设/58

第5章 筹资与投资/60

- 5.1 筹资/60
- 5.1.1 筹资的方式/60
- 5.1.2 财务风险/62
- 5.1.3 筹资的财务预算/62
- 5.2 投资/68
- 5.2.1 本、量、利分析/68
- 5.2.2 盈亏临界点/71
- 5.2.3 盈亏临界图/71
- 5.2.4 投资项目评价的方法/73

附录5A 工商模拟市场模拟企业的筹资与投资方案/74

第6章 商品管理/77

- 6.1 商品分类/77
- 6.1.1 商品分类的原则/77
- 6.1.2 商品分类体系/78
- 6.2 商品质量/79
- 6.2.1 商品质量的概念/79
- 6.2.2 商品质量的基本要求/79
- 6.3 商品包装/83
- 6.3.1 商品包装的概念/83
- 6.3.2 几种流行的销售包装款式/83
- 6.3.3 商品包装的材料/84
- 6.4 商品的陈列/85
- 6.4.1 商品陈列基本要求/85
- 6.4.2 商品陈列的步骤/86
- 6.4.3 流行的商品陈列技巧/87
- 6.5 商品采购/88
- 6.5.1 必备的商品知识/88
- 6.5.2 进货要领/88
- 6.5.3 进货来源/89
- 6.5.4 进货技巧/89

附录6A 工商模拟市场模拟企业商品管理/89

第7章 市场营销管理/91

7.1 消费者购买行为分析/91

7.1.1 消费者购买行为模式/91

7.1.2 影响消费者购买行为的主要因素/92

7.1.3 消费者购买决策过程/92

7.2 市场营销调研/93

7.2.1 市场营销调研的内容与步骤/93

7.2.2 市场调研方法/94

7.3 市场细分与定位/95

7.3.1 市场细分的方法/95

7.3.2 目标市场选择/96

7.3.3 市场定位/96

7.4 确定营销策略组合/97

7.4.1 产品策略/97

7.4.2 价格策略/99

7.4.3 促销策略/102

7.5 市场营销的计划与控制/106

7.5.1 市场营销计划/106

7.5.2 市场营销控制/106

附录7A 模拟企业营销管理案例(节选)/107

第8章 服务顾客技巧/113

8.1 店员礼仪/113

8.1.1 保持清洁、有活力的仪容/113

8.1.2 待客的基本用语/114

8.1.3 清爽、干脆的基本姿势/114

8.2 顾客类型的分析和对策/114

8.2.1 顾客的不同类型/114

8.2.2 接近顾客的技巧/115

8.3 分析顾客购买心理/116

8.3.1 求美心理/116

8.3.2 求实心理/117

8.3.3 求名心理/117

8.3.4 求新心理/117

8.3.5 求廉心理/117

8.3.6 从众心理/117

8.3.7 情感心理/117

8.4 向顾客推荐商品/117

8.4.1 进行商品展示/118

8.4.2 对顾客进行诱导劝说/118

8.5 如何与不同的顾客沟通/119

8.5.1 与“我要走了”的顾客沟通/119

8.5.2 与“没有主见”的顾客沟通/119

8.5.3 与“现在不买”的顾客沟通/120

8.5.4 与“还没决定”的顾客沟通/120

8.5.5 与“到别处看看再说”的顾客沟通/121

8.5.6 与“已经买过该商品”的顾客沟通/121

8.5.7 与“觉得价格高”的顾客沟通/122

8.5.8 与“买不起”的顾客沟通/122

8.5.9 与“让我考虑一下”的顾客沟通/123

8.5.10 与“究竟该不该买”的顾客沟通/123

8.6 重视顾客的抱怨/124

8.6.1 常见抱怨的处理/124

8.6.2 如何面对缺货时的抱怨/124

8.7 欢送顾客的技巧/125

第9章 会计核算与纳税/126

9.1 模拟企业会计核算的程序与方法/126

9.1.1 模拟企业会计核算程序/126

9.1.2 模拟企业会计核算方法/127

- 9.1.3 借贷记账法/129
- 9.2 现金的核算方法/132
 - 9.2.1 现金的总分类核算/132
 - 9.2.2 现金的明细分类核算/132
- 9.3 应收账款的核算/133
 - 9.3.1 应收账款的计价/133
 - 9.3.2 应收账款的核算方法/133
- 9.4 存货的核算/134
 - 9.4.1 存货的基本概念/134
 - 9.4.2 存货的入账价值/134
 - 9.4.3 存货发出的计价方法/134
 - 9.4.4 库存商品的核算/135
- 9.5 固定资产的核算/137
 - 9.5.1 固定资产的概念/137
 - 9.5.2 固定资产的特征/137
 - 9.5.3 固定资产的确认条件/137
 - 9.5.4 固定资产取得的核算/137
 - 9.5.5 固定资产的折旧/138
- 9.6 所有者权益的核算/139
 - 9.6.1 所有者权益的概念/139
 - 9.6.2 所有者权益的构成/139
 - 9.6.3 所有者权益各部分的核算方法/140
- 9.7 期间费用的核算/140
- 9.8 会计报表/141
- 9.9 纳税/142
 - 9.9.1 所得税/142

- 9.9.2 增值税/144

第10章 安全管理/147

- 10.1 安全管理的内容/147
 - 10.1.1 用电、用火安全管理/148
 - 10.1.2 现场安全管理/148
 - 10.1.3 商品安全管理/148
 - 10.1.4 食品卫生管理/149
 - 10.1.5 财物安全管理/149
- 10.2 发生事故的应对措施/149
 - 10.2.1 事前防范/150
 - 10.2.2 事中控制/150
 - 10.2.3 事后处理/150

第11章 工商模拟市场实训考核/151

- 11.1 课程考核方案/151
 - 11.1.1 课程考核方案说明/151
 - 11.1.2 课程考核标准与评分/152
 - 11.1.3 学生互评标准与评分/153
 - 11.1.4 评分标准细则/154
- 11.2 课程考核的实施/156
 - 11.2.1 学生应上交的实训成果/156
 - 11.2.2 课程考核的时间安排/156
 - 11.2.3 教师的课程总结分析/157

11.3 模拟企业的评奖/157

附录11A 图表分析范例/157

附录11B 学生常见问题答疑/158

参考文献/163

第1章

工商模拟市场实训课程概述

学习目标

1. 深刻理解工商模拟市场实训教学模式的内涵。
2. 了解工商模拟市场综合实训所具备的主要特点。
3. 回顾工商模拟市场实训所运用的课程及理论。
4. 掌握工商模拟市场实训的主要环节和步骤。
5. 明确工商模拟市场实训最终应达到的效果。

众所周知,管理科学的实验很难像自然科学那样在实验室就能很好地完成。因为学校无法给学生一个企业,让他们去经营管理;也难以给学生一笔资金,让他们去投资创业;甚至很难让他们走向市场,去亲身感受市场经济的规律以及市场运行的规则。因而高等院校工商管理专业教学的实训还停留在传统的“走出去,看一看成功企业的做法;请进来,听听专家学者的见解”这一阶段。传统的走马观花的实训教学只能给学生以感性的认识和直观的了解,无法让学生学以致用,亲身实践。而有些单一课程的实践也只是从企业经营管理的某个方面入手,无法给学生一个完整实践的环境,如此培养出的学生,经常出现学管理的搞不了管理;学经营的干不了经营的现象,难以适应市场经济对人才的需要。

为此必须全面改革工商管理专业传统的实训方式。经过多年的研究和实践,我们创立了一种全新高效的实训模式——“工商模拟市场”大型综合实训项目,并取得了良好的效果及令人瞩目的成绩,希望能够广泛推广,让更多的学生和学校从中受益。

1.1 什么是工商模拟市场实训

工商模拟市场就是在学校创办一个仿真的市场，让学生通过创办各类企业、经营各种商品综合实践所学各门知识，真正做到学以致用、活学活用，切实培养学生的创业精神、创新能力以及商品经营和企业管理的能力，同时用学生具有商业价值的经营理念、投资方案、创业设想，招商引资，实现“知本”与“资本”的有效结合。

1.1.1 工商模拟市场的内涵

为了进一步理解工商模拟市场这一全新的实训教学模式，下面从五个方面进一步解释工商模拟市场的内涵：

1. 仿真市场

工商模拟市场是在学校创办一个仿真的市场，就是指在学校找一块较为空旷的地方（如球场、宿舍区、活动广场等）搭建一个市场。之所以叫“仿真”是因为这个市场的经营者是本校的实训学生，而顾客是全校所有的师生。而其他各主要活动和经营过程与真实的市场没有太多区别。而实训学生需要“真刀真枪”地走入市场，需要“真金白银”地经营市场，需要“真才实干”地开拓市场。

2. 创办企业

工商模拟市场是让学生创办自己的企业。创办企业需要有人、财、物，更需要有企业家的才能。当一个“小老板”出现时，就要考虑创建一家什么样的企业，如何进行决策；而确定了企业的经营范围后，就需确定企业成员的组成并进行招募，接下来就需要融资、投资、企业的经营管理，一直到最后的资金分配。实训期结束后，企业的经营也到期了，这时又需开始清算。

3. 经营商品

创立企业相对比较容易，只要参与摊位的招投标，付出一定的成本即可获得企业的立足之本——“摊位”，资金也问题不大，因为没有对注册资本进行底线限制，人员也相对好招集。但商品的经营则是一件考查学生综合素质与经营管理能力的重要环节。我们不但考核学生的经营成果，也要考核学生的经营过程，要发现“盈利”与“亏损”是一种“必然”还是“偶然”，是可以“持久”还只是“昙花一现”。

4. 学以致用

“学以致用、活学活用”是本实训项目重点强调的一个方面，也是决定本实训项目能否成功的一个关键。因为学生在校自由摆摊经商或者有组织地搞成商业一条街早已有之，但本实训项目要求学生一定是以相关的理论知识为基础，在有实际经验的教师指导下，在较高的起点上创立自己的企业、经营自己的商品，这就需要有胆有识、有勇有谋，

有一定的战略思想,有较高的管理水平,否则实训效果将大打折扣。

5. 招商引资

经过工商模拟市场的实训后,学生们逐步具备了市场经济意识,学会了按市场规律和规则办事,并以自己独特的视角,发现市场潜在的商机,在此基础上进一步进行市场调查、数据分析、方案策划、经济效益与市场前景的评价,在总结原创企业经营管理的经验和教训后,拿出具有商业价值的经营理念、投资方案或创业设想,学校为他们组织创业大赛,并邀请商家前来评审和招商引资,以此实现“知本”与“资本”的有效融合。

1.1.2 工商模拟市场实训的特点

番禺职业技术学院本着“改革传统实训方式,全面推行素质教育”的思想,按照上述实训理论模式已成功举办了八届“工商模拟市场”活动,这一全新的实训模式得到了学生们的热烈欢迎、企业的踊跃支持、同行的充分肯定、媒体的广泛宣传、各界的热情赞誉,经过几年的探索和实践,已经使之成为一种全新、高效的实训教学模式。这一实训模式具有以下特点:

1. 实训基地与众不同

几乎所有校内实训室都会在校园某一建筑物内进行建设。实训室的建设均需固定专用的场地、设备和日常管理人员,因而无论是建设还是维护都需要一笔不小的开支。如果实训室的利用率很高,其效益也会明显,否则可能造成大量人力、物力的浪费。工商模拟市场实训室改革传统建设思路,在校园学生宿舍区或广场等处露天搭建,需要时校企共建,产学结合,一部分社会化外包;不需要时随即拆除,成本低、效果好。

2. 实训组织全员参与

工商模拟市场的组织实现了以系主任为领导、各班指导教师和学生干部以及赞助单位的全员参与。通过综合实训使各专业教师围绕市场的真实运作与企业的现实管理将各自所讲授的专业课有机地整合起来,改变了传统课程及实训的孤立状态。而为了锻炼学生的组织策划能力,工商模拟市场实训基地的具体工作全部由学生完成,系领导和指导教师起指导、协调和监控的作用,这样就为学管理且有志于将来做管理的学生提供了难得的实训机会。

3. 实训过程全面到位

工商模拟市场实现了经济学、管理学、企业策划、企业管理、市场营销、公司理财、会计实务、税收实务、经济法规、人力资源管理、公共关系、广告实务、电子商务等各部门学科的全面知识的有效整合。学生综合运用这些知识,完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、装饰布置、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总

结完善等全过程的深入实训。

4. 实训效果广泛认同

工商模拟市场的综合实训让学生全面实践了课堂所学知识，学以致用，活学活用；强化了学生市场经济意识，培养了市场经济所需的经营与管理能力；加强了学校与企业和社会的联系，为校企产学研合作创造了机会；培养了大学生竞争意识、团队合作与创业和就业的能力，为提高就业率和优化就业岗位奠定了基础。番禺职业技术学院工商模拟市场这一实训活动得到了30多个商家的大力赞助和热情加盟；吸引了众多媒体近60项的采访和报道；获得了校内外领导和同行们的高度赞扬；更得到了学生们的热烈欢迎。不少学校前来学习参观，这一实训方式有望广泛应用和推广。

1.2 工商模拟市场适合的专业及实训的理论

工商模拟市场这一全新的实训模式适合多种专业的实训教学，凡是经济贸易类、工商管理类、市场营销类、财务会计类以及其他与市场经济相关的专业都可以将这一实训作为学生的专业综合实训或专业认知实训，让学生通过创建市场、融入市场、经营市场、管理市场、开拓市场，综合实践所学各门专业课程，亲身感受市场经济的基本规律和运行规则，学会按经济规律办事，并掌握企业管理和商品经营的技能和技巧。

1.2.1 工商模拟市场实训适合的专业

工商模拟市场这一实训方式经过多年的实践，我们认为主要适合工商管理类及其他几类专业：

1. 工商管理类专业

(1) **工商企业管理专业**：工商模拟市场可以让工商企业管理专业、市场营销类、经济贸易类、财务会计类等管理专业的学生实现经济学、管理学、企业策划、企业管理、市场营销、公司理财、人力资源管理、会计实务、税收实务、经济法规、公共关系、广告实务、电子商务等各门学科知识的有效整合。学生综合运用这些知识，可以完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、装饰布置、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总结完善等全过程的深入实训。以此感受市场经济的基本规律和运行规则，学会按经济规律办事，掌握企业管理和商品经营的技能与技巧。

(2) **工商行政管理专业**：工商模拟市场可以让工商行政管理专业的学生实现个体私营经济管理、企业法人登记管理、市场管理、经济合同管理、公平交易监督管理、物价学、管理学、经济法等各门学科知识的有效整合。学生综合运用这些知识，完成模拟企业的人员登记注册、市场调查、市场管理、合同签订、物价制定、企业管理、法规应用

等方面的深入实训。

(3) **商务管理专业**：工商模拟市场可以让商务管理专业的学生实现经济学基础、商务管理、企业管理、基础会计、财务管理、经济法、市场营销学、市场调查与预测、电子商务等各门学科知识的有效整合。学生综合运用这些知识，完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总结完善等全过程的深入实训。

(4) **连锁经营管理专业等**：工商模拟市场可以让连锁经营管理等专业的学生实现经济学基础、管理学基础、经济法、消费心理学、市场营销学、商品学、企业经营管理、企业采购管理、人力资源管理、物流管理各门学科知识的有效整合。学生综合运用这些知识，完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总结完善等全过程的深入实训。

(5) **物流管理专业**：工商模拟市场可以让物流管理专业的学生实现经济学基础、管理学基础、经济法、物流管理、电子商务、采购与仓储管理、供应链管理、商品学概论、各门学科知识的有效整合。学生综合运用这些知识，完成模拟企业的人员组合、市场调查、企业注册、摊位的招投标、资金筹集、采购进货、摊位的策划、营销方案的制定、广告宣传、市场开业、商品经营、企业管理、财务核算和照章纳税、总结完善等全过程的深入实训。

2. 其他专业

(1) **市场营销类**：市场营销、营销与策划、市场开发与营销等。

(2) **经济贸易类**：经济管理、经济信息管理等。

(3) **财务会计类**：财务管理、财务信息管理、会计等。

1.2.2 工商模拟市场综合实训的理论

不同专业可根据自己的特点有针对性地重点实训相关的理论，这一实训项目涉及的课程和理论很多，主要有以下课程和理论供实训时参考。

(1) **《经济学基础》**：市场经济的一般规律和运行规则，如供求定理、价格弹性、机会成本原理、边际决策原理、看不见手的原理、比较优势原理等以及消费者行为分析、成本收益分析以及要素收入等方面的理论。

(2) **《企业管理》**：企业管理的基本框架，如企业管理的基础工作、企业管理环境分析、决策管理、战略管理、生产管理、物资管理、质量管理、财务管理、营销管理、组织结构管理、人力资源管理、激励管理、信息管理、企业文化建设管理方面的基本知识。

(3) **《企业策划》**：企业环境分析与市场调查、企业战略策划、企业营销策划、企业

产品策划、企业公关策划、企业广告策划等方面的知识以及策划报告的撰写方法。

(4)《市场营销》：消费者市场购买行为分析、市场营销调研与预测、目标市场营销战略、产品策略、定价策略、分销策略、促销策略。

(5)《财务管理》：资金的筹集和管理、企业的登记注册、投资管理、日常资产经营和管理、成本费用的计划和控制、经营成果及分配管理、财务分析和评价。

(6)《会计实务》：根据模拟企业经营的相关资料，依据现行会计制度做出基本的会计业务，能够完成从审核并汇总原始凭证、填制记账凭证、登记会计账簿到编制会计报表的全过程。

(7)《税收实务》：税收的基本概念、依法纳税的思想、现行税法的主要内容、各种税收应纳税额的基本计算。

(8)《人力资源管理》：职务分析与岗位设计、员工的招聘与选拔、员工的激励与管理、员工绩效考评、员工培训与开发、团队建设与管理、组织文化等。

(9)《经济法》：工商行政管理方面的基本法规，特别是《公司法》、《企业法》、《合同法》、《产品质量法》、《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《劳动法》等法律法规的主要内容，并能正确运用有关法律法规，使企业依法生产和经营。

(10)《公共关系》：公众的分类、公众分析、公关人员的基本素质、人际沟通、大众传媒、公共关系活动、公关礼仪等。

(11)《商品学》：商品的品种、商品的分类、影响商品质量的因素、商品标准、商品检验、商品包装、商品养护。

(12)《广告实务》：广告调研、广告策划、字体设计、编排设计、标志设计、海报制作、包装设计、数码图像处理等。

(13)《谈判技巧》：谈判的原则、谈判的步骤、谈判的模式、谈判的行为、冲突的解决、谈判的筹码等。

(14)《电子商务》：电子商务的框架模型、电子商务的技术基础、电子商务的网络营销、电子商务应用系统的建立。

(15)《物流管理》：物流运输、商品储存、商品装卸搬运、商品包装、商品配送、物流外包等。

1.3 工商模拟市场实训程序和安排

工商模拟市场实训过程的精心策划和周密安排是保证实训获得成功的关键要素，工商模拟市场的实训与其他实训不尽相同，因为每一次工商模拟市场的实训均需创立市场、搭建摊位，而这一过程属于实训基地的创建过程，是实训教学的管理程序，它是培养学生干部组织策划能力必不可少的过程。实训基地建设好后，所有实训班的学生即可开始工商模拟市场的实训过程，而这一过程应在教学大纲中作详细的安排。

1.3.1 实训的教学管理程序

工商模拟市场实训在教学管理和实训基地建设方面共有以下16个程序及内容组成:

(1) **安排教学计划:**由学校在教学计划中安排实训时间,主要安排一周不上理论课,全部用于该项实训的集中活动。一般安排在第三或第五个学期。

(2) **成立筹委会:**由系主任总负责、各实训班指导教师指导,以团总支、学生会干部为成员成立工商模拟市场筹委会,设计和实施工商模拟市场实训总体方案。

(3) **招聘工作人员:**面向新生招聘有关工作人员,让他们为今后的实训积累经验。

(4) **获得经费:**诚邀校内外有关人士光临,借助媒体进行宣传和报道,争取社会力量的加盟与赞助,获得工商模拟市场活动的经费。

(5) **指导学生:**各实训班指导教师指导学生,在进行市场调研的基础上,模拟创建自己的企业,确定经营范围和融资渠道,制定策略和管理方法,并做好开业前的各项准备。

(6) **划分场地:**在校内建立工商模拟市场的场所,根据地理位置的优劣划分经营场地,对各模拟企业确定摊位招投标方案。

(7) **接受学生注册:**接受学生创办的模拟企业进行工商注册登记并领取执照。

(8) **搭建摊位:**根据注册登记的模拟企业数量和场地的实际情况,在开市前一周,请校外搭建公司用竹竿搭建好简易的摊位和开幕式需用的舞台。

(9) **摊位竞投:**完成摊位的竞投和预付摊位费。

(10) **财税票据印制:**印制模拟发票和账簿,规定适用税目和税率,制定工商模拟市场的监督管理办法。

(11) **活动宣传:**设计、印制、散发活动宣传海报,向有关媒体派送资料,进行市场宣传,吸引顾客在开市后前来购买。

(12) **开市仪式:**一切准备就绪后,按原定时间举行隆重的工商模拟市场的开市剪彩仪式。

(13) **组织学生开始为期一周至两周的工商模拟市场活动:**让学生创办自己的企业、经营自己的商品、管理自己的业务。

(14) **市场监督与管理:**市场管理办公室模拟政府职能,对市场进行监督,确保各摊位经营者诚信经商、公开竞争、规范经营。

(15) **组织照章纳税:**组织学生完成会计核算,并照章纳税。

(16) **总结交流与完善:**学生完成实训报告,教师组织学生对本次活动的评奖与总结汇报。完善工商模拟实训方案,为下一年度的创新与发展做好准备。

1.3.2 学生综合实训的步骤

学生在工商模拟市场综合实训过程中,大致要分12个步骤进行实训: