【商品陈列与门店设计】

**【Store Layout and Commodity Display 】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【0010065】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【工商企业管理】

**课程性质：**【院级选修课】

**开课院系：职业技术学院商贸系**

**使用教材：**

教材【门店布局与商品陈列，中国连锁进攻协会校企合作委员会组织编写，蔡顺峰主编，吴崑、郭玉金副主编，高等教育出版社，2018年3月第2版】

参考书目【市场营销原理与实务，王芳主编，高等教育出版社，2013】

【连锁经营管理技术，郭延江主编，清华大学出版社，2010】

【企业连锁经营与管理，肖怡主编，东北财经大学出版社，2015】

**课程网站网址：**

**先修课程：**【微观经济学 0060591(2)】

二、课程简介（必填项）

门店布局与商品陈列是工商企业管理专业培养相应职业岗位所需的基本技能和职业素质的基本课程。内容包括导读、第一篇和第二篇。导读为卖场设计应用基础，包含空间设计应用基础、颜色设计应用基础、商品分类与商品组合。第一篇为卖场布局，包含门店形象规划、卖场内部规划、卖场橱窗规划、卖场灯光规划。第二篇为商品陈列，包含商品陈列准备、制定商品配置方案、典型商品陈列技巧。

该课程是一门实践性非常强的应用性课程，目的是通过门店运营与管理所涉及的各个项目对学生进行系统性的强化训练，让学生在学完具体项目后能够掌握门店运营与管理所需要的知识，具备相关的技巧和能力，着重培养学生日后成为店长所需要的综合能力。

三、选课建议（必填项）

《商品陈列与门店设计》属于院级选修课，适合工商企业管理专业专业学生第六学期学习。

四、课程与专业毕业要求的关联性（必填项）

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO111：倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 |  |
| LO112：应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| LO211：能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 | ● |
| LO212：能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计 划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | ● |
| LO311：具备营销、礼仪、商务谈判的基本能力 |  |
| LO312：具备门店运作的基本能力 | ● |
| LO113：具备卖场的设计与策划的基本能力 |  |
| LO321：具备计算机操作的基本能力 |  |
| LO322：具备熟练使用各种办公自动化设备的能力 |  |
| LO323：具备电子商务应用能力 |  |
| LO331：具备较强的组织管理和冲突管理能力 |  |
| LO332：具备健全的思维和谋划能力 |  |
| LO333：具备良好的宣传推广能力 |  |
| LO334：具备公众交往和适应社会的能力 |  |
| LO34：具备理解国家有关方针、政策和法规的能力 |  |
| LO35：具备一定的外语沟通和交流能力 |  |
| LO411：遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412：诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413：爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 |  |
| LO414：心理健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| LO515：在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512：有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 |  |
| LO513：能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |  |
| LO514：了解行业前沿知识技术。 |  |
| LO611：能够根据需要进行专业文献检索。 |  |
| LO612：能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |  |
| LO613：熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| LO711：爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712：助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713：奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 |  |
| LO714：爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| LO811：具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。 |  |
| LO812：理解其他国家历史文化，有跨文化交流能力。 |  |
| LO813：有国际竞争与合作意识。 |  |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

专业能力写到毕业要求层级（二级编码），通用能力写到指标点层级（三级编码），如果是应用型本科试点专业全部写到指标点层级（三级编码）。在“课程目标（细化的预期学习成果）”这列要写清楚指标点（或者毕业要求）在本门课程里面的具体表现，撰写时以适当的行为动词引导。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期****学习成果** | **课程目标****（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO211 | 能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 | 采用启发式教学方式，培养学生学习的自主能动性 | 以课堂表现的形式计入平时成绩 |
| 2 | LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | 案例分析 | 以课堂表现的形式计入平时成绩 |
| 3 | LO312 | 具备门店运作的基本能力 | 团队项目实战训练 | 以课堂表现的形式计入平时成绩 |

六、课程内容（必填项）

此处分单元列出教学的知识点和能力要求。知识点用布鲁姆认知能力的6种层次： (“**知道”、“理解”、“运用”、“分析”、“综合”、“评价”)**来表达对学生学习要求上的差异。能力要求必须选用合适的行为动词来表达。用文字说明教学的难点所在，**并标明每个单元的理论课时数和实践课时数。**

**导读 卖场设计应用基础**

教学内容：

第一节 空间设计应用基础

第二节 颜色设计应用基础

第三节 商品分类与商品组合

能力要求：了解商业美学展示的形态要素与特征，常见的卖场颜色搭配技巧；理解商业美学形式美的规律，颜色设计美学原理；掌握商品分类的原则、20/80分类法、ABC分类法及商品组合的原则，为卖场陈列和商品陈列的学习奠定基础。

教学重点：空间设计应用法则、商业美学形式美的规律；颜色、光与视觉研究颜色设计美学原理；商品分类、20/80法则的应用，商品组合。

教学难点：点线面在商业美学设计中的应用，黄金分割点、黄金矩形在商业美学设计中的运用；不同颜色的色性及应用，卖场颜色搭配技巧；ABC分类法、优化商品组合等。

实践学时：6学时

**第一章 门店形象规划**

教学内容：

1. 门店外观规划
2. 门店诱导设施规划
3. 门店出入口规划

能力要求：能对门店形象规划的内涵由准确的了解，并能够在今后的连锁企业工作中准确地掌握门店形象规划的原则和内容。

教学重点：门店外观规划原则、门店建筑立面的规划、规划门店外部视觉传达、规划停车场地；卖场诱导设施设计要点、卖场出入口流量分析、卖场出入口的设计。

教学难点：门店建筑立面的规划、规划门店外部视觉传达等。

实践学时：2学时

**第二章 卖场内部规划**

教学内容：

1. 卖场区域的划分
2. 卖场售货区的规划
3. 卖场主副通道的规划
4. 卖场布局中的诱导方式

能力要求：对内部规划的内涵由准确的认知，并能够在今后的连锁企业工作中准确地掌握门店内部规划的原则和内容。

教学重点：卖场的功能空间组合、顾客流动路线设计；卖场各功能面积划分、卖场后场规划、卖场的磁石点理论；卖场主副通道的设计；卖场布局中的诱导方式。

教学难点：卖场各功能面积划分、磁石理论、卖场布局中的诱导方式等。

实践学时：2学时

**第三章 卖场橱窗规划**

第一节 橱窗构造形式

第二节 橱窗商品的选择与配置

第三节 橱窗设计

能力要求：了解橱窗的构造；掌握橱窗商品的选择与配置；了解橱窗美学特征；熟悉橱窗的陈列构图的特征。

教学重点：全封闭式橱窗、完全通透式橱窗、半通透式橱窗；橱窗商品的选择、橱窗的配置；橱窗陈列构图、橱窗设计要求、橱窗的美学特征。

教学难点：橱窗商品的选择、橱窗的配置；橱窗陈列构图、橱窗设计要求与美学特征。

实践学时：2学时

**第四章 卖场灯光规划**

教学内容：

1. 灯光规划原理认知
2. 灯光中商品的塑造
3. 卖场灯光规划

能力要求：了解卖场灯光设计的重要性；掌握灯光设计原理与趋势；理解不同卖场和商品灯光照明的侧重点；熟悉目前卖场灯光设计的趋势。

教学重点：灯光照明层次及应用；塑造商品的形态、色彩和质感；光效设计与商业定位、卖场灯光照明的功能、常见卖场的照明要求等。

教学难点：灯光照明层次及应用、灯光中商品的塑造、卖场灯光规划等。

实践学时：2学时

**第五章 商品陈列准备**

教学内容：

1. 确认上架的商品清单
2. 明确商品陈列的原则
3. 选购陈列的基本工具
4. 商品陈列的具体要求

能力要求：了解商品结构和采购的流程；了解商品陈列的基本工具掌握商品陈列的主要原则额和具体要求；为商品的陈列操作做好准备工作。

教学重点：确定商品结构、确定采购数量和时间；商品陈列的九大原则；柜台、货架及货架辅助工具、特价台、专业化陈列工具、陈列设备、价格卡等陈列的基本工具；商品陈列的具体要求、各种工具的陈列要求。

教学难点：确定商品结构、采购数量和时间、商品陈列的九大原则、陈列的基本工具和陈磊要求等。

实践学时：4学时

**第六章 制定商品配置方案**

教学内容：

1. 商品陈列的流程
2. 制作商品配置表
3. 选择陈列方法
4. 业绩分析和陈列面优化

能力要求：了解商品陈列的一般流程；掌握制作商品配置表的相关知识，熟悉不同的商品陈列方法，并能够通过业绩分析为商品陈列提出更为合理的建议。

教学重点：商品陈列的流程和程序；商品配置表的功能、制作商品配置表的准备工作、商品配置表的制作原理、制作程序和制作要领；商品陈列的基本方法、商品的不规则陈立法、特色陈列方法；陈列的业绩分析、优化陈列空间、调整陈列位置。

教学难点：制作商品配置表、陈列的业绩分析、空间优化和陈列位置调整。

实践学时：4学时

**第七章 典型商品陈列技巧**

教学内容：

1. 食品的陈列技巧
2. 服装的陈列技巧
3. 珠宝的陈列技巧

能力要求：了解不同食品的陈列方式；掌握服装陈列的分类方式和常用方法、珠宝的柜台陈列和橱窗陈列。

教学重点：食品、果蔬、肉品、水产品等食品的陈列技巧；服装陈列的原则、服装陈列的分类方式、常用方法和具体操作方法；珠宝陈列的基本要素、柜台陈列、橱窗陈列。

教学难点：各类商品的陈列技巧。

实践学时：4学时

七、课内实验名称及基本要求（选填，适用于课内实验）

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **实验名称** | **主要内容** | **实验****时数** | **实验****类型** | **备注** |
| 1 | 卖场布局分析研究实验 | 比较沃尔玛、大润发、欧尚、麦德龙、正大等大型超市卖场，选择其中一个或多个，从卖场布局，包括门店形象规划、卖场内部规划、卖场橱窗规划、卖场灯光规划等角度分析各卖场的设计特点、优点和不足。提出你的设计建议。 | 8 | 综合型 |  |
| 2 | 商品陈列分析研究实验 | 选择沃尔玛、大润发、欧尚、麦德龙、正大等大型超市卖场，比较它们各自的商品陈列设计，从商品结构、商品陈列的原则、陈列工具、商品陈列的具体要求、商品配置和陈列技巧等方面，分析这些商场的商品陈列状况，并提出你的设计建议。可选择食品、生鲜商品、饰品、珠宝、服装等商品中的一个或多个，进行商品陈列分析。 | 8 | 综合型 |  |

八、实践环节各阶段名称及基本要求（选填，适用于集中实践、实习、毕业设计等）

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 各阶段名称 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期终闭卷考试 | 50% |
| X1 | 比较沃尔玛、大润发、欧尚、麦德龙、正大等大型超市卖场，选择其中一个或多个，从卖场布局，包括门店形象规划、卖场内部规划、卖场橱窗规划、卖场灯光规划等角度分析各卖场的设计特点、优点和不足。提出你的设计建议。以10人为1个学习小组，制作PPT，并作演讲演示。 | 20% |
| X2 | 选择沃尔玛、大润发、欧尚、麦德龙、正大等大型超市卖场，比较它们各自的商品陈列设计，从商品结构、商品陈列的原则、陈列工具、商品陈列的具体要求、商品配置和陈列技巧等方面，分析这些商场的商品陈列状况，并提出你的设计建议。可选择食品、生鲜商品、饰品、珠宝、服装等商品中的一个或多个，进行商品陈列分析。以10人为1个学习小组，制作PPT，并作演讲演示。 | 20% |
| X3 | 平时课堂表现、作业完成情况、课外扩展活动等 | 10% |

 九、评价方式与成绩（必填项）

“1”一般为总结性评价, “X”为过程性评价，“X”的次数一般不少于3次，无论是“1”、还是“X”，都可以是纸笔测试，也可以是表现性评价。与能力本位相适应的课程评价方式，较少采用纸笔测试，较多采用表现性评价。

常用的评价方式有：课堂展示、口头报告、论文、日志、反思、调查报告、个人项目报告、小组项目报告、实验报告、读书报告、作品（选集）、口试、课堂小测验、期终闭卷考、期终开卷考、工作现场评估、自我评估、同辈评估等等。一般课外扩展阅读的检查评价应该成为“X”中的一部分。

同一门课程由多个教师共同授课的，由课程组共同讨论决定X的内容、次数及比例。

撰写人：谢杰 系主任审核签名：