**北京市高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：门店运营与管理 课程代码：14018（笔试） 2024年9月版**

**第一部分课程性质与设置目的**

**一、课程性质与特点**

《门店运营与管理》是北京市高等教育自学考试连锁经营与管理（专科）专业的一门专业选修课。

通过本课程的学习，使学生重点了解商贸连锁企业门店的运营流程与管理规范，对其他行业的连锁门店运营与管理也有一定的借鉴意义。课程系统性与重点性并行，在完整展现连锁企业门店运营与管理流程的基础上，重点讲解作为基层门店管理者的典型工作任务；课程理论与实践并重，强调实践性、实用性，突出讲解主要流程与方法，以突出对学生专业技能的培养。

**二、课程目标与基本要求**

本课程的目标是全面贯彻落实立德树人根本任务，满足本专业培养适应连锁经营管理专业需求的基层管理人员的相关知识要求，为以后学习本专业相关知识和从事相关工作打下坚实基础。本课程的基本要求是学习连锁企业门店的商品管理、现金管理、人员管理、顾客管理等四个维度的内容，首先明确连锁企业门店与连锁企业总部的关系、门店组织结构与岗位设置的原则以及作为店长的工作职责和素质要求；其次，依次重点讲解了连锁企业门店的布局与陈列管理、品类管理、进货与存货管理、预算与成本管理、安全与防损管理、服务管理、团队管理、经营绩效分析等关键控制点。

本课程的考核章节是：第一章到第十一章，重点章节是第一章、第二章、第三章、第五章、第六章、第七章、第八章、第九章、第十章。

**三、与本专业其他课程的关系**

《门店运营与管理》课程在连锁经营与管理（专科）专业的教学计划中被列为专业技能课程，本课程的前置课程包括《连锁企业经营管理》、《商品学基础》等理论课程，它的相关联课程包括《卖场设计》、《卖场营销策划》、《理货业务》等。门店运营与管理是一项系统性工程，该课程与相关课程相互衔接，构成完整的课程体系，培养学生具有完备的专业理论支撑和专业核心能力。

**第二部分考核内容与考核目标**

**第一章 导论**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，对连锁门店的含义、分类和特征有全面的认识；了解连锁门店的职能和组织结构；掌握连锁门店运营与管理的重要控制点。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）连锁门店的含义和分类

识记：连锁门店的含义、连锁门店的分类

理解：连锁门店的特征

（二）连锁门店的职能和组织结构

理解：连锁门店的职能

应用：连锁门店的组织结构

（三）门店运营与管理的重要控制点

理解：商品布局与陈列的控制

应用：商品缺货率的控制、盘点控制、单据控制、损耗控制、服务质量控制、经营业绩控制

**第二章 门店店长岗位认知**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握门店店长的角色和职责，以及作为店长应具有的素质要求；对店长的日作业流程、周工作流程、月作业流程有全面的认识。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**店长的主要职责

理解：店长角色和素质要求

应用：店长的职责

（二）店长的作业流程

应用：店长日作业流程、店长周工作流程、店长月作业流程

**第三章 门店布局与陈列管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握门店布局的原则与方式，会运用磁石点理论；掌握门店陈列的原则与方法。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店布局

理解：门店布局的原则、门店布局的方式

应用：门店布局中磁石点理论的运用

**（二）**商品陈列

识记：商品陈列

理解：商品陈列的基本原则

应用：商品陈列方法

**第四章 门店品类管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，对连锁门店品类管理的起源、内涵、定义有全面的认识，会应用品类角色知识；熟悉门店品类配置的一般步骤；掌握商品结构优化方法。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店品类管理概述

识记：品类的定义

理解：品类角色

**（二）**门店品类管理的具体实施流程

理解：门店品类配置的一般步骤

应用：商品结构优化

**第五章 门店商品进货与存货作业管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握门店进货作业的概念和流程；掌握门店存货作业的目的、原则和ABC存货管理方法；掌握门店仓库管理和盘点管理的要点。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店商品进货作业管理

理解：进货作业概述

应用：进货作业流程

**（二）**门店商品存货作业管理

理解：存货作业概述

应用：存货作业内容

**第六章 门店预算编制与成本控制要点**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，对连锁门店预算编制的意义和特点、方式、预算的实施与控制方法有全面的认识；掌握连锁门店预算编制的重点；掌握经营费用、人效与人数、时效与时间量等门店成本控制要点。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店预算编制

识记：预算管制的意义和特点

理解：预算编制方式、预算的实施与控制方法

应用：预算编制的重点

**（二）**门店成本控制要点

理解：经营费用

应用：人效与人数、时效与时间量

**第七章 门店促销管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握门店促销组合和促销方式；能够运用门店促销流程知识进行门店促销策划；能够运用门店促销实施流程知识贯彻促销方案。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店促销概述

理解：促销组合

应用：促销方式

**（二）**门店促销策划流程

理解：明确促销目的

应用：促销时机选择、选定促销商品、确定促销主题、选择促销方式、选择促销媒介、确定促销预算

**（三）**门店促削实施流程

应用：方案制定与审核、促销前准备、促销活动实施、促销活动效果评估

**第八章 门店损耗与安全管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，对连锁门店损耗产生的原因及控制措施有全面的认识；了解门店节能降耗的意义、主要的能耗来源，掌握门店节能举措；熟悉门店的安全应变处理原则，掌握部分常见安全问题的处理要点。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店防损管理

理解：门店损耗产生的原因

应用：门店损耗的控制措施

**（二）**门店能耗管理

理解：连锁门店节能降耗的意义、连锁门店主要的能源消耗

应用：连锁门店节能举措

**（三）**门店安全管理

理解：安全应变处理原则

应用：部分常见安全问题的处理要点

**第九章 门店服务管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，对门店服务的特性、门店服务设计、门店服务常见项目有全面的认识，掌握门店服务改进与实施管理办法；熟悉门店服务技巧，掌握微笑的艺术、语言的艺术，能巧妙处理顾客的抱怨。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店服务规范

识记：门店服务定义、特点

理解：门店服务的作用、门店服务常见的方式、门店服务设计

应用：门店服务常见的项目、门店服务改进与实施管理

**（二）**门店服务技巧

理解：微笑的艺术

应用：语言的艺术、巧妙处理顾客的抱怨

**第十章 门店团队管理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解门店团队的定义、团队的角色以及打造团队凝聚力的方法；掌握门店团队培训体系、培训管理；掌握门店团队员工考核的种类，考核的内容、方法及注意事项；掌握门店团队人员激励的重要途径。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**团队概述

识记：团队的定义、类型

理解：团队角色

应用：打造团队凝聚力

**（二）**门店团队人员培训

理解：培训体系、培训管理

**（三）**门店团队人员考核

理解：员工考核的种类

应用：考核的内容、方法及注意事项

（四）门店团队人员激励

应用：明确目标，提高和保持团队人员士气；营造积极向上的团队文化；用好物质奖励，实现薪酬激励的指挥棒作用；做好职业发展计划，给员工发展希望。

**第十一章 门店经营绩效分析**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握门店经营绩效分析的三大依据；掌握门店经营绩效分析的常用指标、常用分析方法、分析思路。

**二、考核知识点与考核目标**

**（一）**门店经营绩效分析的依据

理解：信息搜集、销售报表、财务报表

**（二）**门店经营绩效分析的方法

理解：周转、毛利与利润

应用：常用的门店业绩衡量指标、常用的分析方法、门店经营绩效下降问题的分析思路

**第三部分有关说明与实施要求**

**一、考核的能力层次表述**

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、指定教材**

《门店运营与管理》，周佳 主编，中国经济出版社，2013年版。

**三、自学方法指导**

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节。在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

**四、对社会助学的要求**

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程笔试4学分，建议总课时72学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
| 理 论： |  |  |
| 第一章 | 导 论 | 4 |
| 第二章 | 门店店长岗位认知 | 6 |
| 第三章 | 门店布局与陈列管理 | 8 |
| 第四章 | 门店品类管理 | 4 |
| 第五章 | 门店商品进货与存货作业管理 | 8 |
| 第六章 | 门店预算编制与成本控制要点 | 6 |
| 第七章 | 门店促销管理 | 8 |
| 第八章 | 门店损耗与安全管理 | 8 |
| 第九章 | 门店服务管理 | 8 |
| 第十章 | 门店团队管理 | 8 |
| 第十一章 | 门店经营绩效分析 | 4 |
| 合 计 | | 72 |

**五、关于命题考试的若干规定**

1．本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2.笔试的比例一般为识记占30%,理解占40%，应用占30%。

3.反映不同难易度的试题分数比例一般为较易、中等难度占80%，较难占20%。

4.笔试试题类型一般为：单项选择题、多项选择题、简答题、案例分析题。

5．笔试采用闭卷考核方式，考试时间150分钟，按百分制计分，60分及格。

**六、题型示例**

（一）单项选择题

连锁商超类企业的损耗率通常控制在

A．千分之二  B．千分之五

C．千分之八  D．百分之一

（二）多项选择题

门店存货管理需要遵循的原则是

A．周转率原则 B．重量性原则

C．易见易取原则  D．先进先出原则

（三）简答题

制约零售商圈的主要因素有哪些？

（四）案例分析题

2017年8月是A门店开业1周年店庆的档期，市场部把五一和端午节的促销方案做了修改，选定了10种商品参与促销，设计了买赠、抽奖、送券、换购、特价等促销活动。几天促销活动下来，进店顾客虽然比平时多了一些，但活动效果并不明显。原来A公司为了推广这次店庆活动，制作了10万分宣传单，要求门店员工在3天之内发放完毕，并对每一个员工都有数量考核，每位员工的发放量为2000份。为了完成数量要求，员工的休息时间几乎都用于发宣传单，导致员工极度疲惫并且怨声载道，有的员工甚至直接把部分宣传单扔进垃圾桶，发放质量和数量大打折扣，因此顾客知晓率不高。A门店店庆促销销售业绩很不理想。

请结合案例分析：

（1）A门店1周年店庆销售不理想的原因是什么？

（2）开展促销前需要做好哪些准备工作？

（3）对员工实施考核的注意事项有哪些？