

# 《新零售实务》 课程标准

## 一、课程信息

课程名称	《新零售实务》	开设系部	
课程代码		总学时	36 课时
前续课程			
后续课程			
课程类型	<input type="checkbox"/> 理论课 <input type="checkbox"/> 实践课 <input checked="" type="checkbox"/> 理论+实践	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查（综合任务）
适用专业			

## 二、课程性质

### （一）课程功能与定位

本书以《高等职业学校电子商务专业教学标准》为编写依据，是市场营销类、电子商务类相关专业的核心能力课程之一。课程旨在培养数字技术时代下同时具备线上线下营销理念、能够适应社会主义现代化建设需要，德智体全面发展的新零售、企业管理等领域的高素质人才，重在培养学生对新零售营销实务基础知识的具体应用和实际操作能力。通过本课程的学习，锻炼学生的创业热情和岗位实操能力。

本课程紧跟时代的发展潮流，突出 AI 等高端智能设备在新零售场景中的应用，授课过程中强调借助数字技术实现更精准化的营销，更智能化的服务。立足于新零售多业务场景，通过大量的案例讲解与理论分析，以“校企联动”的方式让读者真正掌握新零售营销的方法与技巧，缓解众多高职院校开设《新零售实务》课程缺乏教学资源现状的愿望。

### （二）课程对接职业岗位能力

对接的工作岗位	对接培养的职业岗位能力
零售商，电子商务运营者，店铺营销人员，电商运营分析师岗位	了解新兴的数字化技术，更好地实现零售业务线上线下的融合；开设新零售店铺并完成线下门店装修布置的能力；培养新零售全渠道营销的能力；新零售店铺运营数据的分析能力；掌握 AI 等数字技术在新零售中的实际运用；良好的心态与抗压能力。

## 三、课程目标与内容

## （一）课程总目标

本课程系统地介绍了新零售实务的知识，包括新零售营销的概念和类型、新零售交易管理和客户服务、新零售仓储物流、新零售数据化运营、新零售门店运营与管理、新零售与人工智能应用等。通过该课程学习，结合行业法律法规，对新零售实务的基础知识和技能进行梳理，同时配套丰富的新零售实务案例，全方位、多角度地介绍新零售实务全渠道营销的知识点和操作技巧。通过多模式教学，结合案例分析和微课演示等方式，帮助学生理解，在真实的学习情境中学习并掌握新零售营销能力。

## （二）课程实践性教学内容与目标

1. 个人：学生通过分析研究新零售实务营销的相关案例，对这门课程有基本的了解，并形成自己的认识和理解，树立符合时代思维的新零售营销理念。

2. 小组：鼓励以小组为单位组建营销团队，在真实的新零售营销活动中，灵活运用智能技术，参与全渠道营销流程，根据销售结果分析此门课程的掌握程度，总结相关营销经验。

3. 劳动教育：在对新零售门店进行布置以及线上营销时，学生能够陈列和管理店铺的商品和工具，保持整洁，达到整齐美观的效果并且从线上线下营销中体会到劳动者的光荣。

## （三）课程具体目标

课程教学目标与要求

序号	教学内容提要	知识目标	技术目标	素质目标
1	第1章 新零售概述	1.1 了解新零售的起源 1.2 理解新零售的概念及内涵 1.3 掌握新零售与传统零售的区别与联系 1.4 掌握新零售与传统电商的区别与联系 1.5 了解新零售的发展趋势	1.1 具备使用人货场方法论进行业务分析的能力 1.2 具备辨析新零售与传统零售的能力 1.3 具备辨析新零售与传统电商的能力	1.1 具有数字化应用思维 1.2 具有创新意识和开拓精神

2	第2章 新零售营销	<p>2.1 了解新零售营销的特点和模式，</p> <p>2.2 掌握社区团购营销的方法</p> <p>2.3 掌握分销营销的方法</p> <p>2.4 掌握砍价营销的方法</p> <p>2.5 了解全渠道营销的概念</p>	<p>2.1 具备使用社区团购营销手段的能力</p> <p>2.2 具备建立分销渠道的能力</p> <p>2.3 具备砍价营销的能力</p>	<p>2.1 具有实事求是的营销品质</p> <p>2.2 具有谦虚好学的拼搏精神</p> <p>2.3 具有吃苦耐劳与劳动光荣的品质</p> <p>2.4 具有团队合作精神和创新意识</p>
3	第3章 新零售交易管理	<p>3.1 熟悉商品采购流程和注意事项</p> <p>3.2 了解商品质检的流程和要点</p> <p>3.3 熟悉不同门店布局方式</p> <p>3.4 掌握商品陈列原则和要点</p> <p>3.5 掌握门店系统设置流程</p> <p>3.6 熟悉商品信息发布流程与管理方法</p>	<p>3.1 具备实体门店商品陈列的能力</p> <p>3.2 具备门店系统设置的能力</p> <p>3.3 具备商品信息发布与管理的能力</p> <p>3.4 具备商品盘点的能力</p>	<p>3.1 具有诚实守信的职业道德</p> <p>3.2 具有精益求精的工匠精神</p> <p>3.3 具有责任意识和创新思维</p>
4	第4章 新零售客户服务	<p>4.1 了解马斯洛需求理论</p> <p>4.2 熟悉客户服务的基本理念</p> <p>4.3 了解各服务阶段内容及价值</p> <p>4.4 熟悉线上及门店客服工作内容</p>	<p>4.1 具备客服日常管理的能力</p> <p>4.2 具备受理客户投诉并解决的能力</p> <p>4.3 具备独立完成收银流程的能力</p> <p>4.4 具备客户服务使用新技术的能力</p>	<p>4.1 具有热情耐心的服务态度</p> <p>4.2 具有使用文明礼貌用语的意识</p> <p>4.3 具有职业道德和创新精神</p>
5	第5章 新零售仓储物流	<p>5.1 熟悉数字物流的含义</p> <p>5.2 熟悉新零售仓储模型的基本内容</p> <p>5.3 掌握门店拣货规范</p> <p>5.4 熟悉门店自提和快递配送流程</p> <p>素质目标：具有诚实守信的职业道德，具有精益求精的工匠精神</p>	<p>5.1 具备制定新零售门店物流配送标准的能力</p> <p>5.2 具备识别违反商品拣货和包装规范的行为的能力</p> <p>5.3 具备完成门店核销和快递发货操作能力</p>	<p>5.1 具有诚实守信的职业道德</p> <p>5.2 具有精益求精的工匠精神</p>

6	第6章 新零售数据化运营	<p>6.1 了解新零售数据化的内涵</p> <p>6.2 熟悉人的数据分析方法</p> <p>6.3 熟悉货的数据分析方法</p> <p>6.4 熟悉场的数据分析方法</p> <p>6.5 理解小数据的概念</p> <p>6.6 解小数据对新零售企业的意义</p> <p>6.7 了解小客户样本研究的意义</p>	<p>6.1 具备新零售数据收集的能力</p> <p>6.2 具备人的数据分析能力</p> <p>6.3 具备货的数据分析能力</p> <p>6.4 具备场的数据分析能力</p> <p>6.5 具备零售小数据的挖掘和应用能力</p> <p>6.6 具备小客户样本分析能力</p>	<p>6.1 具备严谨负责的态度</p> <p>6.2 具有数据保护意识</p>
7	第7章 新零售门店运营与管理	<p>7.1 了解新零售门店组织架构</p> <p>7.2 了解新零售门店岗位类型和工作职责</p> <p>7.3 熟悉新零售门店营业前的准备工作</p> <p>7.4 熟悉新零售门店招聘流程</p> <p>7.5 熟悉新零售门店人员考核与晋升流程</p> <p>7.6 熟悉新零售门店紧急情况处理方法</p>	<p>7.1 具备新零售门店营业准备的能力</p> <p>7.2 具备新零售门店招聘和考核的能力</p> <p>7.3 具备新零售门店掌握门店紧急事件处理能力</p>	<p>7.1 具有弘扬勤于劳动、技能宝贵、创造伟大的时代精神</p> <p>7.2 具有珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动意识</p>
8	第8章 新零售与人工智能应用	<p>8.1 掌握人工智能的定义和类型</p> <p>8.2 了解人工智能在新零售营销中的应用</p> <p>8.3 了解人工智能在新零售交易管理中的应用</p> <p>8.4 了解人工智能在新零售客户服务中的应用</p> <p>8.5 了解人工智能在新零售仓储物流中的应用</p>	<p>8.1 具备为新零售业务场景选择人工智能应用的能力</p>	<p>8.1 提升创新意识，根据时代发展革新经营理念</p>

### 课程教学安排

序号	教学内容提要	重点、难点、理论考核点、实训考核点	学时
1	第1章 新零售概述	<p>1. 重点：了解新零售的起源与</p> <p>2. 难点：具备使用人货场方法论进行业务分析的能力</p>	4

		<p>3. 理论考核点：新零售的内涵、新零售与传统零售、传统电商的区别、新零售的发展趋势</p> <p>4. 实训考核点：新零售企业案例及相关政策的搜集和分析能力</p>	
2	第 2 章 新零售营销	<p>1. 重点：掌握新零售营销的类型和方法</p> <p>2. 难点：具备使用社区团购、分销和砍价营销手段的能力</p> <p>3. 理论考核点：建立分销渠道，砍价、团购和全渠道营销的策略</p> <p>4. 实训考核点：策划并实施新零售团购营销活动</p>	8
3	第 3 章 新零售交易管理	<p>1. 重点：熟悉不同门店布局方式</p> <p>2. 难点：具备实体门店商品陈列的能力</p> <p>3. 理论考核点：不同门店布局方式、门店信息设置与商品管理的方法</p> <p>4. 实训考核点：完成门店商品信息上架更新</p>	6
4	第 4 章 新零售客户服务	<p>1. 重点：熟悉客户服务的基本理念</p> <p>2. 难点：具备客户服务使用新技术的能力</p> <p>3. 理论考核点：门店客服和线上客服的工作流程与规范、新零售客服的未来发展趋势</p> <p>4. 实训考核点：为门店导购、收银等岗位制定工作流程与规范</p>	6
5	第 5 章 新零售仓储物流	<p>1. 重点：熟悉数字物流的含义</p> <p>2. 难点：熟悉门店自提和快递配送流程</p> <p>3. 理论考核点：新零售仓储物流基础知识、门店拣货和商品包装的方法、新零售门店物流配送标准</p> <p>4. 实训考核点：为门店制定拣货流程与商品包装规范并利用智能设备提高仓储物流效率</p>	6
6	第 6 章 新零售	<p>1. 重点：新零售数据的类型、收集</p>	4

	售数据化运营	<p>2. 难点：人、货和场的数据分析方法</p> <p>3. 理论考核点：新零售数据类型和收集方法、零售小数据的含义和作用</p> <p>4. 实训考核点：为门店实施人、货和场的数据类型分类整理并完成数据分析</p>	
7	第7章 新零售门店运营与管理	<p>1. 重点：熟悉新零售门店营业前的准备工作</p> <p>2. 难点：具备新零售门店掌握门店紧急事件处理能力</p> <p>3. 理论考核点：门店组织结构、营业管理内容、门店人力资源管理方法</p> <p>4. 实训考核点：为门店营业活动制定紧急预案</p>	6
8	第8章 新零售与人工智能应用	<p>1. 重点：掌握人工智能的定义和类型</p> <p>2. 难点：具备为新零售业务场景选择人工智能应用的能力</p> <p>3. 理论考核点：人工智能在新零售营销、交易、客服和物流中的应用</p> <p>4. 实训考核点：能为新零售业务场景选择合适的设备实施人工智能升级改造</p>	8

## 四、课程考核

### 1. 考核内容

本课程鉴定内容见表一，包括理论知识考试、操作技能考核和综合素养评价三部分。理论知识考查采用小组大作业方式，操作技能考核采用实训操作方式，综合素养评价一般采用过程性评价。

表一 课程鉴定内容

考核类目	理论	技能	素养
考核内容	职业理论掌握情况	技能应用与团队合作	职业技能与工作绩效
考核方式	能力测试	平台实操&线下实操	教师根据实战结果进行评价

成绩占比	40%	40%	20%
------	-----	-----	-----

2. 该课程本学期的教学任务结束后的考核方式：

- 考试（闭卷）                      考试（开卷）                      考试（半开即半闭）  
考试（开机上机）                      考试（闭卷上机）                      考查（大作业）  
考查（技能展示/实践操作）                      考查（综合任务）

## 五、实施建议

### （一）教材选用或编写建议

1. 教材应依据市场营销、电子商务以及零售业等行业的发展需要确定编写内容，学习层次递进，符合高职学生学习能力特点和培养目标，充分体现实践导向、能力本位的课程设计思想，以新零售全渠道营销实务的各部分内容为主线设计教材结构。

2. 教材内容符合本专业教学标准要求，广泛关注行业新知识、新技术、新方法的发展动向，融入课程思政内容，强化职业道德和零售营销方面的法律法规，加强思维训练及方法引导，帮助学生在学习专业知识与技能的同时，掌握学习方法，培养创新意识。

3. 教材应以学生为本，图文并茂可读性强，配套章节微课，实训内容具备可操作性，案例真实且具有学习价值。提供配套学习资源，比如融媒体资源，便于学生自主探究学习。

### （二）教学实施建议

1. 本课程为理实一体化的课程，注重培养学生的实践动手能力。

2. 贯彻“精讲多练”的基本原则，争取做到学生能在“做中学”，体现以学生为主体，老师为主导的教学思想，以培养学生观察，分析和理解问题的能力和实践动手能力。

3. 数字化教学资源开发。课程资源开发与利用包括相关教辅材料、配套微课、实训指导手册、信息技术应用、网络资源、AI 软件等。

4. 开发适合教师与学生使用的多媒体教学素材和多媒体教学课件。

5. 充分利用行业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真实的环境中磨炼自己，提升其职业综合素质。

6. 充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学资源共享。

### （三）教学评价建议

1. 注意改革考核手段和方法，可通过传统的课堂提问、作业、案例分析、实习报告、考试，也可以结合新技术利用 AI 助教等多种方法综合评价学生的学习成绩。

2. 教学评价的主体可以多元化。采取师生互评的方法，以教师的评价为主，学生的自我评价、学生的相互评价为辅的形式展开。

3. “平时任务表现”的得分来自多个不同工作任务的评价：学生互评和教师评分相结合，考查学习小组在任务中的平均得分，学生的个人学习情况（讨论质量、参与度、案例分析等），按比例计入平时成绩。

4. 期末考查可以采用综合任务。

5. 多次评价组成过程性评价，期末的综合任务考查学生对知识体系的掌握情况、知识应用能力。两者结合，使学生重视整个学习过程，对其职业素质有促进作用。

6. 本课程为实践性课程，应采用理论与实践能力考核相结合的考核模式，既注重学生对知识与技能掌握程度的考核，同时也注重学生综合运用知识与技能的能力与实践能力的考核。

## 六、实施要求

### （一）授课教师基本要求

授课教师基本要求应符合本校关于任课教师的授课资质和授课管理的若干规定。

### （二）实践教学条件要求

场所要求	多媒体实训室
硬件方面	1. 网络环境良好的计算机 2. 投影仪（该部分用于讲解、点评及整理数据时使用）

### （三）教学方法

1. 多元化教学法：运用多媒体技术、微课视频和 AI 助教相结合的方式把所需的知识点融入展开教学，使学生更真实地体验和参与到项目的实战过程中，

使学生更快地掌握新零售营销技能。

2. 讲授法：教师对重要的理论知识的教学采用讲授的教学方法，让学生直接、快速地掌握，为学生在实践中能更游刃有余地应用打好坚实的理论基础。

3. 角色体验法：在教学过程中，采用角色扮演教学方法。注重基础应用性，从理论的传授过渡到方法的学习。模拟实际的新零售营销环境，以具体营销任务驱动学生积极主动地进行实践操作。学生通过分解案例和具体任务目标，随着课程的深入，逐步理解并掌握这些核心内容，并将其应用到“角色”或扮演参与其中。

4. 讨论法：通过启发式提问、小组讨论、集体讨论等互动方式，使学生积极参与到课堂教学中来，产生对新知识点的兴趣。

5. 案例教学法：为增强高职学生的学习积极性，培养他们理论联系实践的思维模式，搜集并整理新零售行业的相关案例，在教师的指导下，由学生对选定的具有代表性的典型案例进行分析。