

《渠道管理》课程标准

一、课程性质

课程名称：渠道管理（Channel management）

课程代码：

课程类型：专业选修课（选修）

学时：36 学时（含理论学时数：27 学时 实践学时数：9 学时）

学分数：2 学分

适用专业：三二分段市场营销专业

课程合作企业：广州珠江啤酒股份有限公司

二、课程定位

在现代消费品的分销链条中，分销渠道是其中最复杂微妙，最难以掌控，又最具潜在能量和张力的环节，货物、资金、资源、服务、信息等通过在渠道中的流动实现增值，不少成功企业将渠道建设成为自己的核心竞争力，并且将渠道当作无形资产来经营，收到了显著的成效。因此，对于将来从事商务设计与管理或者营销方面的从业者而言，掌握渠道管理知识是必备的。本课程的任务就是教会学生基本的渠道管理知识与方法，能够在当今复杂的市场环境中，为企业建立或开发合理的渠道，评估企业的渠道关系，激励渠道成员，化解渠道冲突，构建良好的企业产品终端销售系统，从而使学生具备基本的从事市场营销活动和营销管理的基本职业技能。在学习与实训过程中培养学生的创业精神和创业意识。

三、课程设计思路。

本课程在课程开发思路，打破原来以知识传授为主要特征的教学模式，以渠道管理的真实工作任务及其工作过程为依据整合、序化教学内容，科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化。采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导、实战体验等教学方法，做到在做中学，学中做，以求达到最好的教学效果，训练学生运用渠道管理基本理论和方法的能力。教学效果评价采用过程评价与结果评价相结合，课堂参与和课前准备相结合，课内学习和课外时间相结合，重点评价学生的学习态度、学习效果、创业精神和职业能力。

四、课程目标

1、专业能力目标

通过任务驱动型的项目教学活动，掌握营销渠道管理相关理论知识、熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业务岗位或者在商业企业从事商场管理、连锁经营管理等岗位的岗位专业能力要求，并且能够承担商品渠道开发、渠道管理与维护、渠道终端管理与维护等工作任务。

2、方法能力目标

通过本课程的学习，旨在培养学生掌握渠道开发与设计的方法与技巧，识别与评估渠道关系的方法与技巧，化解渠道冲突的技巧，学会如何激励渠道成员的方法，学会如何在终端渠道铺货、理货以及如何建立一支高效的终端销售队伍的方法与技巧等。

3、社会能力目标

在教学过程中，不断培养学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德、坚忍不拔的毅力、积极乐观的心态、良好的人际关系、健全的人格品质等优良素质，具有良好的创业精神和创业意识，为培养一名高素质的从业者、创业者奠定基础。

五、职业资格证书

学生可参加国家职业考试助理营销经理、商务策划师资格证、市场营销师资格证等证书考试。

六、课程衔接

本课程的前导课程是：《管理学基础》、《经济学基础》、《市场营销》等；后续课程为《品牌管理》、《销售管理》等。

七、课程内容与教学安排

单元名称	训练项目	学习任务	学时分配	知识、能力要求	教学说明
1	渠道管理概述	渠道与渠道管理的涵义； 渠道管理的内容与程序； 渠道管理的新变化	2	了解渠道与渠道管理的内涵； 了解渠道管理的内容，掌握渠道；了解渠道管理的发展趋势	1. 结合多媒体、教学视频，教师讲解渠道和渠道管理的涵义； 2. 引入案例讲解渠道管理的内容与程序； 3. 引入案例讲解和分组讨论渠道管理的新变化。
2	渠道成员与渠道模式	渠道成员及各自特点； 渠道模式类型及各自特点； 影响渠道模式选择的因素	5	了解渠道成员的类型、掌握渠道成员在渠道中的功能以及它们各自的特点； 掌握不同渠道模式的特点； 熟悉影响渠道模式选择的因素	引入雅芳和宝洁渠道案例，分析不同渠道模式的类型和各自特点，并分小组讨论。 将班级分为小组，就上次课宝洁的渠道案例，讨论影响渠道模式选择的因素；然后教师点评并启发引导学生掌握影响渠道模式选择的因素。
3	渠道结构设计	渠道结构设计的原则和目标 渠道结构设计的影响因素 渠道结构设计的内容、方法	5	了解渠道结构设计的目标与原则； 掌握影响渠道结构设计的影响因素 掌握渠道结构设计的内容与方法。	结合宝洁渠道案例分析影响渠道结构设计的影响因素，启发引导学生掌握渠道结构设计的影响因素 案例分析、启发引导。

4	渠道成员选择	渠道成员选择的标准 渠道成员选择的方法和策略 渠道成员资信评估与风险防范	3	掌握各渠道成员选择的标准和考虑的因素； 掌握渠道成员选择的方法和策略； 熟悉渠道成员资信评估内容和方法。	引入案例-格兰仕与国美渠道之争，分析选择渠道成员的标准有哪些？ 案例分析、启发引导 角色扮演、启发引导
5	渠道开发	确定企业的渠道开发目标 制定渠道开发方案 实施招商开发工作	5	了解企业的渠道开发目标； 掌握渠道开发方案设计的内容与方法； 学会渠道招商具体工作步骤和内容。	启发引导 讲授制定渠道开发方案的内容与方法；分小组，就某一企业，小组成员为该企业制定渠道开放方案，教师点评结果。 角色扮演、分组讨论、启发引导
6	渠道冲突	识别渠道冲突 渠道冲突处理策略与方法 窜货问题及其治理	5	掌握渠道冲突的本质原因； 掌握渠道冲突处理的策略与方法； 掌握窜货的内在外在表现形式及其原因、掌握窜货问题治理方法与技巧。	结合多媒体和教师课件讲授主要内容；分小组，讨论解决格兰仕与国美的渠道冲突方法； 教师点评小组讨论结果； 结合多媒体和教师课件讲授主要内容；引入郎酒河北窜货风波案例，分小组讨论如何才能治理窜货问题；教师点评小组讨论结果。
7	渠道激励	渠道激励的内容 渠道激励的原则和方法 渠道伙伴关系建立	3	熟悉渠道激励的内容，掌握渠道激励影响因素； 掌握渠道激励的方法； 掌握建立渠道伙伴关系的方法。	结合多媒体和教师课件讲授主要内容；案例分析、分组讨论
8	渠道终端管理	渠道终端类型； 渠道终端日常管理内容与方法； 构建高效终端销售系统方法与技巧	3	了解渠道终端的作用、熟悉渠道终端的类型以及渠道终端商的类型； 掌握渠道终端开发与设计的内容和方法、掌握渠道终端铺货与理货的技巧； 掌握激励终端销售人员方法技巧、学会终端促销方案的策划与实施、掌握维护良好的终端关系的方法与技巧。	结合多媒体和教师课件讲授主要内容；角色扮演、案例分析
9	渠道评估与完善	渠道评估内容； 渠道评估方法； 渠道完善	3	了解渠道评估内容； 掌握渠道评估方法与技巧； 了解渠道完善的内容与方法。	结合多媒体和教师课件讲授主要内容；案例分析

10	国际渠道	国际渠道的特征； 国际渠道设计与管理； 国际渠道的创新与发展。	2	了解国际渠道的特征； 了解国际渠道设计的原则、内容、了解国际渠道日常管理内容； 了解当今国际渠道的创新与发展。	结合多媒体和教师课件讲授主要内容；案例分析
----	------	---------------------------------------	---	---	-----------------------

八、教学组织

根据市场营销专业人才培养目标和《渠道管理》课程的特点，课程教学突出“工作内容模块化，模块内容项目化，项目考核过程化，理论实践一体化”的教学思路，采用互动、启发、引导、自主学习等教学方法。在教学过程中较多地采用以提出一个主题（或问题），围绕这个主题（或问题）通过学生调研、查阅资料或参考书、师生间的共同讨论、学生自主实训，来完成主题（或解决问题）。同时，采用课堂教学和课外教学相融合，教师课上讲授与课外指导、咨询相结合，重视学生在教学活动中的主体地位，采用现场授课、大型讨论、主题发言、做大作业、调研等多种形式。

九、考核与评价方式

本课程考核采用过程考核和目标考核相结合的评价方法，过程考核主要在教学过程中对学生的学习态度、操作能力、课堂讨论、作业等情况进行的评价；目标考核是在课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。以公平地评价学生学习的效果。也使学生更注重学习过程，提高了学生学习兴趣。

过程考核占学生总成绩的40%，其中课堂表现占40%，包括参与角色扮演，讨论发言情况进行评价；课后参与占60%，包括各学习情境单元模块的作品（某企业渠道模式分析、某企业渠道开发设计方案、某企业渠道关系分析等）占70%以及渠道招商模拟会，铺货、理货体验等占30%。目标考核占学生成绩的60%，以试卷考核为主，主要考核学生对渠道管理基本理论的了解和掌握情况，以及渠道管理中的技巧和方法的掌握情况。

十、课程教学团队要求

教师团队人员知识结构、学历结构、职称结构、年龄结构及教学分工合理，组成符合专兼结合的双师型教师团队要求，

姓名	性别	出生年月	职称	学科专业	在教学中承担的工作
董平	男	1976.05	副教授	市场营销	课程负责人/主讲教师
余彦蓉	女	1977.07	讲师	市场营销	主讲教师
魏东霞	女	1977.08	副教授	统计学	主讲教师
钟碧菲	女	1963.11	副教授	国民经济管理	主讲教师
燕艳	女	1972.05	讲师	市场营销	主讲教师/专业负责人

赵小文	男	1969.10	销售总监	财务管理	兼职教师
陈恭明	男	1971.06	经理	人力资源管理	兼职教师
王振宇	男	1977.08	经理	市场营销	兼职教师
余为民	男	1972.02	总经理	市场营销	兼职教师

十一、课程教学环境和条件

- 1、多媒体教室：要求能上互联网，具备教学需要的基本软件、音像设备等。
- 2、市场营销综合实训室、多功能营销实训室：要求实训设备、设施等配备完善。
- 3、校外实习基地：要求建立了稳定的校企合作关系，签订了合作协议。

十二、课程教学资源。

- 1、分销渠道管理 锐洪，赵志江 大连理工大学出版社 2007
- 2、销售渠道与终端管理 易淼清 清华大学出版社 2010
- 3、渠道管理实操细节 高哲鹏，田光峰，聂亚娟 广东经济出版社 2006
- 4、营销渠道：管理的视野(第7版) (美)罗森布洛姆 著，宋华 等译 中国人民大学出版社 2006

十三、其他说明

无。

课程标准编制单位：商贸系（部）

执笔人：董平 审核人：燕艳

系（部）审核人：肖利秋

编制（修订）时间：2018年6月