

《销售管理实训》教学大纲

课程名称：销售管理实训		实践类别： <input type="checkbox"/> 实习 <input checked="" type="checkbox"/> 实训 <input type="checkbox"/> 课程设计
课程英文名称：Sales Management Practical Training		
周数/学分：1/1		
授课时间：第14周		
授课对象：2020工商管理 1-2 班；2022工商管理（专升本） 1 班；		
开课学院：经济与管理学院		
开课地点： <input checked="" type="checkbox"/> 校内 <input type="checkbox"/> 校外		
任课教师姓名/职称：贺艳春副教授 尹小勇副教授		
教材、指导书：无		
教学参考资料：无		
线上教学资源（简要说明及链接）：无		
课程考核方式：开卷（ ）闭卷（ ）课程论文（ ）其它（ <input checked="" type="checkbox"/> ：调研报告或方案设计）		
答疑时间、地点与方式：通过电子邮件与电话联系或者办公室约谈和教师下现场指导等多时间、多地点、多方式答疑		
<p>课程简介：</p> <p>《销售管理实训》是工商管理专业学生在完成《管理学原理》、《市场营销》、《销售管理》等课程的基础上，为培养销售管理实际操作技巧与能力而开设的一门选修课程。通过本课程的学习，使学生熟练掌握销售管理基本知识与原理的运用技巧，提高学生利用理论解决销售管理实际问题的能力，并培养良好的销售职业伦理观。</p>		
课程教学目标及对毕业要求指标点的支撑		
课程教学目标	支撑毕业要求指标点	毕业要求
目标 1（知识目标）：基本原理与基本方法 通过本课程学习，掌握销售成交的基本程序和方法。掌握销售管理的基本知识与基本原理。	2.6 学生应掌握市场营销、质量管理、人力资源管理、销售管理等方面的基本知识与管理	2. 管理知识与技能：学生应掌握经济学、管理学、心理学等的基础知识，熟悉工商管理有关方针、政策和法规以及国际企业管理惯例与规则，掌握经济运行及技术经济分析的基本方法，掌握

	技能：	企业营运基本过程，掌握市场营销、生产运作、人力资源管理、电子商务、质量管理、供应链管理等方面的基本知识，具备初步的管理技能。
--	-----	--

<p>目标 2（能力目标）：销售技能与管理能力 通过本课程学习，掌握销售技能，提升销售工作的管理能力，形成解决实际问题的能力。</p>	<p>1.2 学生应具有待人接物的基本礼仪，具备社会活动、人际交往和公关的基本能力。</p> <p>2.6 学生应掌握市场营销、质量管理、人力资源管理、销售管理等方面的基本知识与管理技能；</p>	<p>1. 人文社会科学知识及技能：学生应具有基本的人文社会科学基础理论知识和素养，具有必要的哲学及方法论、法律等知识，对文学、艺术、美术、历史、社会学、公共关系学等方面进行一定的修习，并具有待人接物的基本礼仪，具备社会活动、人际交往和公关的基本能力。</p> <p>2. 管理知识与技能：学生应掌握经济学、管理学、心理学等方面的基础知识，熟悉工商管理的有关方针、政策和法规以及国际企业管理的惯例与规则，掌握经济运行及技术经济分析的基本方法，掌握企业营运基本过程，掌握市场营销、生产运作、人力资源管理、电子商务、质量管理、物流与供应链管理等方面的基本知识，具备初步的管理技能。</p>
<p>目标 3（素质目标）：销售伦理与职业精神 通过本课程学习，培养符合社会主义核心价值观的商业伦理观，树立良好的职业精神和职业道德，养成基本的商业价值理念。</p>	<p>8.2 学生应具有职业道德和社会责任感，掌握商业伦理知识。</p>	<p>8. 职业规范和职业道德：具有爱岗敬业的精神，具有职业道德和社会责任感，掌握商业伦理知识。</p>
<p>实施要求、方法/形式及进度安排</p>		
<p>一、实施要求</p> <p>1. 资源配置要求</p> <p>校内完成，与现状相符。</p> <p>2. 指导教师责任与要求</p> <p>根据实习教学大纲，完成对学生的实训指导工作，指导并督促学生完成实训报告的写作。</p> <p>3. 学生要求</p> <p>学生应按要求完成1周的实训学习，接受实训教师指导，遵守实训学习纪律，高质量完成实训报告的写作。</p>		

二、实施方法/形式

原则上采取校内实训，利用网络手段完成调研或方案设计。

三、实施进度和安排

表 1 实施进度和安排

时间/ 周次	学时/ 周	实训内容（重点、难点、课程思政融入点）	主讲 教师	学生学习预期 成果	教学方式	支撑课程目标
第14周	16/1 周	重点： 通过实训，掌握销售管理的基本原理和基本方法的运用，提升销售成交能力和解决销售管理实际问题的能力。 难点： 提升销售成交能力和解决销售管理实际问题的能力。 课程思政融入点： 通过实际销售案例，理解领会销售伦理与职业伦理构建问题	贺艳春 尹小勇	形成较高质量的实训报告（调研报告或方案设计）	讲授：指导老师进行实习动员组织。 企业实习：结合实习内容及要求，完成企业交代的工作任务。	目标 1 目标 2 目标 3

课程考核

课程目标	支撑毕业要求指标点	评价依据及成绩比例（%）				权重（%）
		实训报告				
目标1	2.6	40				40
目标2	1.2； 2.6	40				40
目标3	8.2	20				20
总计		100				100

注：各类考核评价的具体评分标准见《附录：各类考核评分标准表》

大纲编写时间：2023 年 8 月 25 日

系（部）审查意见：

同 意

系（部）主任签名：



日期：2023 年 8 月 27日

附录：各类考核评分标准表

实训报告评分标准

观测点	评分标准			
	<i>A(100)</i>	<i>B(85)</i>	<i>C(70)</i>	<i>D(50)</i>
选题恰当性	选题符合课程目标	选题比较符合课程目标	选题基本符合课程目标	选题与课程目标有出入
逻辑严谨性，观点正确	逻辑严谨，观点正确	逻辑较严谨，观点较正确	逻辑基本严谨，观点基本正确	逻辑严谨性不够，观点局部不正确
分析深入度	分析深入，资料翔实	分析较深入，资料较翔实	分析较为深入，资料较翔实一般	分析不深入，资料不翔实
表达流畅性	表达流畅，排版美观	表达较流畅，排版较美观	表达基本流畅，排版基本合格	表达不流畅，排版不美观

