

## 學校課程大綱

### 連鎖店管理人員

學習領域		時數		
		第一年	第二年	第三年
No.				
1	代表零售業企業	80		
2	以顧客為導向之銷售對話	80		
3	服務範圍：收銀時，服務顧客	80		
4	介紹商品	40		
5	廣告與促銷	40		
6	採購商品		60	
7	商品之接收、倉儲與維護		60	
8	交易流程之登記與控管		60	
9	價格策略措施之準備與執行		40	
10	解決特別銷售情況		60	
11	成功導向之交易流程調控			80
12	以行銷概念贏得客戶及聯繫顧客			60
13	規畫人力調度和領導員工			60
14	零售業之經營與發展			80
	總計(共 880 小時)	320	280	280

**學習領域 1：代表零售業企業****第一學年  
時數：80 小時****目標闡述：**

受訓學員介紹職訓企業，且鑒於職業工作和繼續發展之可能性，介紹零售業之重點工作領域及工作範疇，並且闡述企業榜樣、經濟目標和環境生態目標以及企業所負擔之整個社會責任。在職訓企業中，他們親身了解情況且獲得最新的資訊。亦可獲得機會了解其他企業的資訊；藉由商品配套組合和銷售類型可評估其所挑選的企業類型，同時，藉此可比較職訓企業。受訓學員描述其企業組織及加入總體經濟中。

介紹企業時，受訓學員在小組中各自獨立探討習題、運用解決問題的方法。同時，反映零售業企業人員之間彼此共同合作，並且深入探討規章以及參與者在二元體制職業訓練中之任務、權利與義務。在考慮零售業勞資談判下，受訓學員判斷團體協約之意義與勞資雙方於簽訂團體協約中所扮演的角色，並思考勞工參決法規，藉以認識德國社會安全和私人保險之重要性。受訓學員運用適當的媒介有結構性地、針對目標地介紹並證明其工作成果，並對以顧客中心導向作為其職業行為模範深信不疑。

**學習內容：**

工作與學習技巧

簡單的經濟循環

零售業之任務與劃分

工作安全與環境保護

企業組織與工作流程

訓練契約

青少年工作保護

永續性(Nachhaltigkeit)

介紹技巧

## 學習領域 2：以顧客為導向的銷售對話

第一學年

時數：80 小時

### 目標闡述：

受訓學員運用商品知識、溝通及銷售知識，進行銷售對話來滿足顧客與企業；掌握溝通與銷售技巧的重要基本原則以及獲得商品重要資訊的技巧，並且在模擬狀況中運用這些技巧，同時展現其以顧客中心導向的言語行為與非言語之舉止行為。必要時，受訓學員可適情況以外語簡單地答覆。在進行銷售對話時，可運用其具備的商品知識來發展銷售論點，也將企業所提供的服務納入對談中，適當地回應顧客的抱怨，並且提供抉擇建議有助於顧客作出購買抉擇，完成一項成功的交易。

受訓學員製作一套評審模擬情形及訓練情形的準則目錄，藉以評估溝通與銷售情形，並給予適當的回饋。此外，可利用視聽設備作為輔助工具。

### 學習內容：

樣品

諮詢性銷售

價格與績效關係

額外供應

外文專業用語

典型的外文習慣用語

**學習領域 3：服務範圍收銀：服務顧客****第一學年  
時數：80 小時****目標闡述：**

受訓學員在結帳權轄內執行附帶產生的工作，並且友善且體貼地服務顧客。在遵守法律及商業(企業)規範下簽訂買賣契約。必要時，可向顧客指出一般交易條件(AGB)的使用。在收銀時提供顧客服務，展示附加供應。告知顧客通行的付款方式及其優缺點；同時，依公司財務狀況將付款方式整理分類，並且在考慮到會員卡和禮卷下，逐步解決結帳程序，並開立發票及帳單，同時需遵守營業稅之規定。受訓學員執行收銀結算，製作財務報表，並且加以評估。使用普及且慣用的計算方法，並利用收銀系統作為商品管理系統統計銷售資料的工具。

**學習內容：**

法律能力和營業能力

無效與可撤銷性

義務事務、履行事務

契約自由

三率法(比例)計算、百分比計算與平均值計算

#### 學習領域 4：展示商品

第一學年  
時數：80 小時

##### 目標闡述：

受訓學員以符合顧客的需求、促進銷售、符合企業管理等原則來佈置及展示商品，訂定能具有吸引力的商品展示的標準準則、制定商品展示計畫、闡明計畫，並以訂定出的標準作為來評估其計畫的基礎。

受訓學員注意企業類型、銷售形式及商品配套組合的特殊性、商品展示和陳列的一般規則以及銷售心理學知識。

##### 學習內容：

賣場規劃/佈置

商品視覺企劃

顧客流動研究

貨架/陳列架

商品陳列區

商品標示

價格標示

櫥窗

**學習領域 5：以顧客為導向的銷售對話**

**第一學年  
時數：40 小時**

**目標闡述：**

受訓學員制定廣告企劃，闡述個人的價值觀，並尊重其他學員的價值觀。在遵守廣告基本原則及法律規章下，制定廣告措施，運用適合的軟體來規劃廣告手段，評估銷售平日中所投入的廣告措施，考慮到廣告的經濟的、法律的及倫理的界線，並評估廣告措施之效益。就廣告對消費者的影響效果，衡量評估不同廣告手段的應用。

受訓學員描繪、評斷典型的促銷措施，將服務提供視為聯繫顧客之方法，就符合經濟效益及維護生態之觀點來選擇包裝材料和運送商品之可能性。

**學習內容：**

廣告媒體

廣告合作形式

直接廣告

不公平交易防止法

包裝規定

團隊工作

**學習領域 6：採購商品**

第一學年

時數：60 小時

**目標闡述：**

受訓學員採購商品需考量經濟的、法律的、環境生態的觀點。

依據商品管理資料規劃採購流程，並查明不同的供應來源、條件與價格。藉由各式各樣的溝通媒介的輔助，準備買賣契約，進而締結契約。在作採購決策時，需顧及數量與品質等觀點，並且利用資訊科技系統，評量所取得的資料，進而展示作為決策基礎之成果。

**學習內容：**

數量、時間與價格規劃

採購之合作形式

詢價、供貨、訂購

商品成本計算

出價比較

商品管理系統

**學習領域 7：商品之採購、倉儲與維護**

**第二學年  
時數：60 小時**

**目標闡述：**

受訓學員驗收進貨及負責符合商品分類之儲存，辨別出供應商未履行義務之處，並用文件證明之，執行解決此項問題之符合措施。藉由憑證控管商品、使用資訊科技系統登記商品。

儲存商品並且注意遵守賣場和/或倉庫之重要存貨原則。受訓學員分析指數、計算存貨、加以評價，以及指出最適化之可能性。在倉儲與包裝時，需顧及經濟、法律與環境生態等觀點。

**內容：**

商品匱乏/不足

斥責商品不足

交貨延誤

安全庫存量、訂貨點

商品週轉率

盤存/盤點、存貨清單

倉儲組織

倉儲規定與運輸規定、倉儲安全

商品維護

**學習領域 8：交易流程之登記與控管****第二學年  
時數：60 小時****目標闡述：**

受訓學員透過資訊流量、金錢流量與評值流量來理解企業與顧客和供應商之關係，進而進行評估。在遵守相關的法規下，有系統地處理憑證，並且證明其自經營流程得出的資料。藉此闡明企業之財務狀況、核定成果，並且討論代表一個零售企業績效的重要的參數。

就統計學方面，受訓學員處理從損益表中得出的資料作為籌備企業經營決策之依據，控管已登記的商品資料，算出指數，並且依照時間比較法及企業比較法來評定此項指數。同時，利用商業計算方法，並且運用適合的軟體作為證明工具及資訊工具。

**內容：**

交易事件

資產負債表

損益計算

商品經濟系統

統計

銷售成本、毛利、營業額指數

**學習領域 9：價格策略措施之準備與執行**

**第二學年  
時數：40 小時**

**目標闡述：**

受訓學員準備零售業之價格政策措施並執行之；而且獨立組織學習並自我負責，運用適合的軟體，有效率且共同合作。

受訓學員瞭解銷售價格為銷售政策工具的意義，將價格政策列入職訓企業目標，藉此決定企業內部及外部對價格的影響，並區分出成本導向、需求導向、競爭導向之價格制定。受訓學員計算價格，運用簡短的計算方法，評估不同的價格策略，闡述在考量社會及經濟變動情況下的不同需求行為的理由。

**學習內容：**

訂價規定

成本加成計算法

回溯成本加成計算法

計算因數

成本加成計價法、零售價折扣計價法

商品購銷差價

**學習領域 10：解決特殊銷售情況**

第二學年

時數：60 小時

**目標闡述：**

受訓學員處理特殊銷售情況，應從企業經營哲學出發，並符合情況與專業。在不同的情況中，適當地回應顧客的態度，並針對目的運用口語表達及非口語表達。受訓學員專業地給予顧客建議，如果有必要時亦可利用外語知識。特別是在退換商品或抱怨的情況時，需基於公司及顧客之利益來處理，並遵守法規及公司規章。於給予顧客建議時，可從中認出潛在的衝突、克服壓力、勝任顧客個別的要求。

**學習內容：**

顧客態度

在高驅動力下的銷售

陪同顧客

營業時間結束/打烊前之銷售

採購禮物、例行採購

保固、保證、產品責任

公道

商店偷竊

銷售干擾

貸款購買

解決衝突態度

**學習領域 11：成功導向之企業流程控制**

第三學年

時數：80 小時

**目標闡述：**

受訓學員分析零售企業之企業流程，運用工具改善企業績效。他們理解零售業之商品往來、籌備資產管理之決策、評量企業獲利狀況，學員分析零售企業之成本結構、將成本歸入經營部分範圍。向決策者講解降低成本之零售經濟措施及其對總體經濟層面的影響；受訓學員使用收支平衡解析確定零售價格，以成功導向將商品配套組合最適化。同時，注意混合計算的觀點，算出企業績效，提供提高經濟性的建議。

受訓學員計以各種資訊系統的資料計算出指數，並將它作為比較及評估情況的依據。受訓學員處理圖形統計、解讀資訊、得出最適當的企業營運流程，此外，運用適合的軟體。

**內容：**

商品採購、商品銷售

營業稅

折舊

成本種類、成本中心、分攤計算

外部成本

產品成本分析

投資報酬指數、獲利力

商品管理系統

對經濟週期循環之影響

**學習領域 12：以行銷概念贏得客戶及聯繫顧客**

**第三學年**

**時數：60 小時**

**目標闡述：**

受訓學員開拓企業的最主要任務——行銷，爲了獲得市場地位且擴展市場。了解其職訓企業的公共關係，並且評估其成效。

受訓學員運用資訊科技系統蒐集市場資料及顧客資料，並加以評量；分析銷售政策工具、制訂企劃，藉以實現其行銷目的，並考慮到經濟的綱要條件。發揮行銷概念、訂定時間規劃及工作規劃，確認權責，並且證明工作進展，介紹、反映其工作成果。

受訓學員把特殊商品特殊需求，以及顧客服務需求方法視爲創造且贏得不可替代的市場地位之重要方法，受訓學員介紹其職訓企業的服務概念，並且分析其執行之困難處。受訓學員制定並闡明繼續的服務政策措施，藉此加強與顧客的聯繫，而且討論顧客抱怨之處理。

受訓學員根據挑選出的實例，評估電子服務作爲交易平台和顧客聯繫之工具。

**內容：**

行銷組合

顧客關係管理(Customer Relationship Management)

電子商業(E-Business)

電子商務(E-Commerce)

**學習領域 13：籌畫人力調度和領導員工**

**第三學年**

**時數：60 小時**

**目標闡述：**

在遵守人事管理目標下，受訓學員貫徹零售企業之人力資源管理的任務與活動，了解所有參與人員不同的利益情況。為確定企業的績效能力，則需分析員工數和員工結構，並且參與對人員需求調查與調用規劃。於招募內部及外部人員時，則運用不同的工具，設定招募選擇標準。受訓學員需辨認工作契約對工作關係的意義和工作結束，擬定報酬結算。

受訓學員需了解激勵員工的不同可能性，且運用之，藉以促進員工工作態度和工作能力。

**內容：**

進行對話

衝突之處理

人力資源發展

資料保護

工作關係之說明、服務、結束

**學習領域 14：零售業之經營與發展**

第三學年

時數：80 小時

**目標闡述：**

受訓學員以整個企業關聯來思考與行動，鑒於個人的職業觀點，制定並掌握能力權限。共同參與經營管理公司，藉此學到企業繼續發展之概念，闡明各式各樣的企業類型，並加以評斷。受訓學員挑選出適合的提供貸款之可能性，區分貸款種類，示範性地描述貸款安全性。受訓學員監督應收帳款，在有拖延付款情形發生時，採取措施以確保資金流動性。

**內容：**

公司、商業註冊

零售商、合資公司、有限公司

特許經營

供應商信用、往來帳戶信用、貸款

簡單的財產權、擔保、擔保讓與

法定催討債款

破產