

上海市高等教育自学考试
连锁经营与管理（专科）（530602）
商品学基础（07992）
自学考试大纲

上海商学院自学考试办公室编
上海市高等教育自学考试委员会组编
2021 年版

I、课程性质及其设置的目的和要求

一、本课程的性质与设置的目的

课程性质：本课程是一门介绍商品学知识的通用课课程，工商管理专业必修课程。

设置目的：现代商品学是一门自然科学和社会科学互相渗透，相互交叉的服务于商品流通领域的应用科学。设置该课程的目的，就是让学生在学商品学的基本理论、基本知识的基础上，使其掌握分析和初步鉴别商品质量的基本技能，具有依据商品标准对商品质量进行检验、评价和品级的基本能力，懂得如何更好地实现商品的价值和使用价值，提高学生理论与实践相结合的能力。

二、本课程的基本要求

1. 学习要求：本课程具有很强的实践性，通过本课程的学习，使学生真正了解他们所从事的对象——商品有关的基本知识、基本概念、基本理论。主要使学生能较为全面地掌握实物商品所具有的普遍共性及商品学基本知识。本课程内容涉及商品学知识各个方面，范围广泛，各章之间既有联系又有区别。因此，应在全面系统学习的基础上区分重点和难点，让学生很好的掌握商品学相关知识。同时，要求理论联系实际，密切结合商品本身特性以及社会生活对于商品理解的需求进行知识的讲解。通过本课程学习，要求学生能够掌握商品学的基本概念、规律和方法，并训练学生将这些知识和方法应用于对商品的识别、鉴定中，使学生达到专科理论应用水平和实际应用能力。

2. 学习重点：第一，本学科的基本术语，以及这些术语的概念与内涵；第二，本学科的基本方法，包括商品的质量与认证、商品的分类和编码、商品的标准、商品的检验、商品的包装、商品的商标及管理、商品的养护、商品的储存运输等。

3. 课程学习的设置与安排：学生应按照每章主要内容进行相关理论知识学习，同时学会在理论学习之外充分利用各种资源，包括但不限于（1）案例引导，即每章主要知识内容前面的引入案例，学生应充分利用引入案例加强对相关问题的思考；（2）视频分析，针对重点与难点相关知识内容部分，学生可以通过课后观看相关知识视频内容进一步了解并增加直观感受，学会结合视频案例背景进行相关问题分析；（3）调研交流与讨论，学生可以自行组成小组利用课外时间，进行社会调查并完成相关实践调查报告，调研过程中遇到的问题可以进行交流与讨论，增加实践能力。

三、与相关课程的联系

现代商品学以商品体为基础，围绕商品与人和环境之间的协调统一，从技术、经济、环境、资源、市场和消费需求等多方面系统、综合和动态的研究商品使用价值以及商品质量和品种，为商品开发决策、商品质量提高、商品品种发展、商品质量评价、商品质量保证、商品质量管理与监督、环境与资源保护、资源开发与利用、商品经营管理等提供科学依据。这就使得本课程与管理学、市场营销学、组织行为学、经济学等工商管理的主干课程都密切相关。通过本课程学习，可以对管理学中的基本概念和重要思想有管理层面的理解；对市场营销学和组织行为学等课程中的很多理论和社会现象有实践层面体会；对经济学课程中的规律的认识和把握更加细致化。通过本课程的学习，可以帮助学生更好的认识社会和识别社会现象，同时提高学生解决问题的实践能力。

II、课程内容与考核目标

第一章 商品学导论

一、学习目的和要求

了解：商品学发展历史；

熟悉：商品学的概念、特征和商品的属性；商品的交换价值与使用价值；

掌握：商品学的研究对象和任务、商品学的研究内容和方法。

二、课程内容

第一节 商品学的研究对象

（一）商品学的产生与发展

（二）商品及其构成

（三）商品学的研究对象

第二节 商品学的研究内容与方法

（一）商品的属性

（二）商品学的研究内容

（三）商品学的研究任务

（四）商品学的研究方法

三、考核知识点

（一）商品的概念和商品的属性

（二）商品学的研究对象和内容

（三）商品学的研究任务和方法

四、考核要求

（一）商品的概念和商品的属性

1. 识记：（1）商品的概念；（2）商品的基本特征；（3）商品的构成；（4）商品的整体概念；
2. 领会：（1）商品的自然属性；（2）商品的社会属性；（3）商品的本质；
3. 简单应用：（1）准确判断什么是商品；（2）商品属性与商品使用价值之间的关系
4. 综合应用：从商品学研究的整体内容分析商品学的本质特征；

（二）商品学的研究对象和内容

1. 识记：（1）商品的交换价值；（2）商品的使用价值；（3）商品学的发展历史
2. 领会：（1）商品学的研究对象；（2）商品学的研究内容；（3）商品学的三大学派；
3. 简单应用：正确理解商品交换价值与使用价值之间的关系；
4. 综合应用：为什么说商品质量是商品学研究的中心内容；

（三）商品学的研究任务和方法

1. 识记：（1）商品学的研究任务；（2）商品学的研究方法；
2. 领会：商品学研究任务之间的关系；
3. 简单应用：商品学研究方法在实践中的应用；
4. 综合应用：不同商品学研究内容应该采用的商品学研究方法；

第二章 商品质量与认证

一、学习目的和要求

了解：商品质量相关概念；质量管理不同发展阶段；质量的认证机构；

熟悉：商品质量内涵；质量管理的方法；各种质量认证及其标志；对食品、纺织品和服装及日用品的质量要求；

掌握：影响商品质量的因素；全面质量管理的内涵和要求；商品质量认证制度意义。

二、课程内容

第一节 商品质量与要求

- （一）商品质量的定义
- （二）商品质量的特性
- （三）商品质量的基本要求

第二节 影响商品质量的因素

- （一）生产过程与商品质量
- （二）流通过程与商品质量
- （三）消费过程与商品质量
- （四）影响食品质量的因素
- （五）影响农产品质量的因素

第三节 商品质量管理

- (一) 质量管理的概念和要素
- (二) 质量管理的发展阶段
- (三) 商品质量管理的方法

第四节 产品质量认证

- (一) 产品质量认证的概念
- (二) 产品质量认证的分类
- (三) 产品质量认证的标志

三、考核知识点

- (一) 商品质量的定义、特性和基本要求
- (二) 影响商品质量的因素
- (三) 质量管理的概念、要素、方法和发展阶段
- (四) 产品质量认证的概念、分类和认证标志

四、考核要求

- (一) 商品质量的定义、特性和基本要求

1. 识记：(1) 商品质量的定义；(2) 商品质量的三个层次；
2. 领会：(1) 狭义商品质量与广义商品质量的联系与区别；(2) 商品质量的基本要求；
3. 简单应用：(1) 举例说明服装商品的质量要求；(2) 从现代市场观念分析商品质量；
4. 综合应用：如何理解商品质量中对安全卫生方面的要求。

- (二) 影响商品质量的因素

1. 识记：(1) 生产过程与商品质量；(2) 流通过程与商品质量；(3) 消费过程与商品质量；
2. 领会：(1) 生产过程的每个环节如何影响商品质量；(2) 流通过程的每个阶段如何影响商品质量；(3) 消费过程的不同时期如何影响商品质量；
3. 简单应用：(1) 影响食品质量的因素；(2) 影响农产品质量的因素；
4. 综合应用：(1) 举例说明食品质量的基本要求；(2) 综合分析影响商品质量的因素。

- (三) 质量管理的概念、要素、方法和发展阶段

1. 识记：(1) 质量管理的概念；(2) 质量管理的要素；(3) 质量管理的发展阶段；
2. 领会：(1) 全面质量管理的定义；(2) 质量管理的基本方法

3. 简单应用：质量管理不同发展阶段的特点比较；
4. 综合应用：如何理解全面质量管理的重要性。

（四）产品质量认证的概念、分类和认证标志

1. 识记：（1）产品质量认证的概念；（2）产品质量认证的分类；
2. 领会：（1）国内产品质量认证标志；（2）国际产品质量认证标志；（3）常见质量认证机构；
3. 简单应用：（1）安全认证与合格认证的区别；（2）产品质量认证的意义；
4. 综合应用：产品质量认证和质量管理体系认证的区别。

第三章 商品成分

一、学习目的和要求

了解：商品成分基本内容；

熟悉：商品成分含量与表示方法；食品、纺织品、日用工业品等不同类型商品的特性；

掌握：商品成分对商品使用价值的影响；

二、课程内容

第一节 商品成分含量与表示方法

- （一）商品成分含量要求
- （二）商品成分含量的表示方法
- （三）商品成分对商品使用价值的影响

第二节 食品的成分及商品特性

- （一）食品的成分与质量要求
- （二）酒的分类与主要成分
- （三）茶叶的分类与主要成分

第三节 纺织品的成分与商品特性

- （一）纺织品的成分
- （二）纺织纤维的性质
- （三）纺织品的形成与评价

第四节 日用工业品的成分与商品特性

- （一）日用工业品的成分

- (二) 常见的塑料制品
- (三) 化妆品的质量要求
- (四) 玻璃制品分类

三、考核知识点

- (一) 商品成分含量与表示方法及其对商品使用价值的影响
- (二) 食品的成分及具体商品特性
- (三) 纺织品的成分与具体商品特性
- (四) 工业品的成分与具体商品特性

四、考核要求

- (一) 商品成分含量与表示方法及其对商品使用价值的影响

1. 识记：(1) 商品成分含量的具体要求；(2) 商品成分含量的表示方法；
2. 领会：(1) 商品成分含量不同表示方法的具体应用；(2) 商品成分与商品品质、商品性质之间的关系；
3. 简单应用：(1) 举例说明不准含有的有害成分；(2) 举例说明商品成分对人体健康的影响；
4. 综合应用：综合分析商品成分对商品使用价值产生的影响。

- (二) 食品的成分及商品特性

1. 识记：(1) 食品的主要成分；(2) 食品的质量要求；
2. 领会：(1) 不同类别的酒的主要成分；(2) 茶叶的主要成分；(3) 食品的卫生安全性的具体表现；
3. 简单应用：(1) 根据感官指标评定啤酒质量；(2) 根据感官指标评定葡萄酒质量；(3) 根据感官指标评定茶叶质量；
4. 综合应用：结合食品生产实际情况，分析环境保护与食品安全性之间的联系。

- (三) 纺织品的成分与具体商品特性

1. 识记：(1) 纺织品的主要成分；(2) 纺织纤维的性质；
2. 领会：(1) 纺织品的形成；(2) 纺织品的评价指标；
3. 简单应用：(1) 根据感官指标评定纺织品质量；(2) 不同纺织纤维的应用；
4. 综合应用：结合实际分析在日常生活中应该如何保护纺织品。

- (四) 日用工业品的成分与具体商品特性

1. 识记：(1) 日用工业品的主要成分；(2) 常见的塑料制品；

2. 领会：（1）化妆品的质量要求；（2）玻璃制品分类；
3. 简单应用：（1）根据感官指标评定化妆品质量；（2）玻璃制品在日常生活中的应用；
4. 综合应用：从商品成分的角度分析常用塑料制品的优缺点。

第四章 商品分类

一、学习目的和要求

了解：商品分类的意义；商品编码的意义；国际贸易商品分类体系；常见商品目录；

熟悉：商品分类原则；商品目录；商品编码方法；商品条码概念和类型；

掌握：商品分类方法；EAN 条码的编制方法；商品校验码的计算方法；

二、课程内容

第一节 商品分类的概念和标志

（一）商品分类的概念和意义

（二）商品分类的标志

（三）商品分类体系

第二节 商品分类方法与商品目录

（一）线分类法

（二）面分类法

（三）商品目录

（四）商品目录的种类

第三节 商品编码

（一）商品编码的概念与作用

（二）商品编码的原则

（三）商品编码的方法

（四）商品条码的概念及类型

三、考核知识点

（一）商品分类的概念、标志与分类体系

（二）商品分类方法与商品目录

（三）商品编码的概念、原则与方法

（四）商品条码的概念及类型

四、考核要求

（一）商品分类的概念、标志与分类体系

1. 识记：（1）商品分类的概念；（2）商品分类体系的概念；
2. 领会：（1）选择商品分类标志的基本原则；（2）商品分类的意义；（3）建立商品分类体系的原则；
3. 简单应用：（1）能够根据常用的商品分类标志进行商品分类；（2）常见商品分类体系应用；
4. 综合应用：举例说明商品的科学分类如何方便消费者进行商品选购。

（二）商品分类方法与商品目录

1. 识记：（1）线分类法；（2）面分类法；（3）商品目录的概念；
2. 领会：（1）线分类法的优缺点；（2）面分类法的优缺点；（3）国际上通用的商品目录；
3. 简单应用：能够运用线分类法和面分类法进行商品划分；
4. 综合应用：（1）举例说明线分类法与面分类法的不同；（2）根据所学知识分析商品分类与商品管理的关系。

（三）商品编码的概念、原则与方法

1. 识记：（1）商品编码的概念；（2）商品编码常用的方法；
2. 领会：（1）商品编码的具体原则；（2）层次编码法的优缺点；（3）平行编码法的优缺点；
3. 简单应用：（1）能够进行简单的层次编码；（2）能够进行简单的平行编码；
4. 综合应用：举例说明商品编码的唯一性如何体现。

（四）商品条码的概念及类型

1. 识记：（1）商品条码的概念；（2）商品条码的类型；（3）EAN-13 条码；（4）EAN-8 条码；
2. 领会：（1）商品条码的构成；（2）常见 EAN 前缀码；（3）EAN-8 条码的使用要求；
3. 简单应用：（1）标准版与缩短版商品条码的区别；（2）EAN-13 条码的校验码的计算；
4. 综合应用：根据要求编制 EAN-13 条码。

第五章 商品标准

一、学习目的和要求

了解：商品标准和商品标准化的作用；我国标准化的进程；商品标准的制定程序；

熟悉：商品标准的内容；商品标准制定原则；我国引用国际标准的表示方法；

掌握：商品标准的分类；商品标准的分级及其表示方法；

二、课程内容

第一节 商品标准及分类

（一）商品标准的概念

（二）商品标准的分类

（三）商品标准的分级

第二节 商品标准的内容

（一）商品标准的主要内容

（二）商品标准的制定原则

（三）商品标准的制定程序

第三节 商品标准化

（一）商品标准化的概念

（二）商品标准化的形式

（三）商品标准化的作用

三、考核知识点

（一）商品标准的概念、分类与分级

（二）商品标准的主要内容、制定原则与程序

（三）商品标准化的概念、形式与作用

四、考核要求

（一）商品标准的概念、分类与分级

1. 识记：（1）商品标准的概念；（2）商品标准的分类；（3）国际标准；（4）国家标准；

2. 领会：（1）对商品标准概念的理解；（2）国内商品标准的分级；（3）不同标准的表示方法；

3. 简单应用：（1）比较不同标准适用的条件；（2）能够分析强制性标准与推荐性标准的不同；

4. 综合应用：（1）举例说明国家标准代号表达的具体内容；（2）能根据要求进行不同级别

标准代号的编制；

(二) 商品标准的主要内容、制定原则与程序

1. 识记：商品标准的主要内容；
2. 领会：(1) 商品标准的制定原则；(2) 商品标准的制定程序；
3. 简单应用：(1) 对商品标准制定原则的理解；(2) 我国引用国际标准的表示方法；
4. 综合应用：综合分析为什么商品标准的制定应该充分考虑消费者对商品的质量要求。

(三) 商品标准化的概念、形式与作用

1. 识记：(1) 商品标准化的概念；(2) 我国标准化的进程；
2. 领会：(1) 商品标准化的形式；(2) 商品标准化的作用；
3. 简单应用：(1) 对商品标准化作用的理解；(2) 商品标准与商品标准化的区别；
4. 综合应用：举例分析标准化如何有利于促进国际贸易的发展。

第六章 商品检验

一、学习目的和要求

了解：商品检验概念；商品检验的目的；商品检验的作用；

熟悉：商品检验的内容；商品检验的种类；商品检验的形式；

掌握：商品检验的各种方法；商品品级；

二、课程内容

第一节 商品检验概述

(一) 商品检验的概念

(二) 商品检验的目的

(三) 商品检验的内容

第二节 商品检验的方法

(一) 商品检验的种类

(二) 感官检验法

(三) 理化检验法

第三节 商品品级

(一) 商品品级的概念

(二) 商品品级的方法

三、考核知识点

- (一) 商品检验的概念、目的与内容
- (二) 商品检验的方法
- (三) 商品品级的概念与方法

四、考核要求

(一) 商品检验的概念、目的与内容

1. 识记：(1) 商品检验的概念；(2) 商品检验的目的；
2. 领会：(1) 商品检验的基本内容；(2) 第三方检验的意义；(3) 抽样检验的优缺点；
3. 简单应用：(1) 简述商品质量检验的内容；(2) 商品卫生检验的主要内容；
4. 综合应用：举例说明如何对某一食品进行质量检验；

(二) 商品检验的方法

1. 识记：(1) 感官检验法；(2) 理化检验法；
2. 领会：(1) 感官检验法特点；(2) 理化检验法特点；(3) 物理检验法与化学检验法的区别；
3. 简单应用：(1) 能够进行常见商品的质量检验判断；(2) 商品卫生检验的主要内容；
4. 综合应用：(1) 从商品检验的角度分析企业在实际经营中应该如何与国际接轨；(2) 如何识别和防范假冒伪劣商品；

(三) 商品品级的概念与方法

1. 识记：(1) 商品品级的概念；(2) 商品品级的分类方法；
2. 领会：(1) 百分记分法与限定记分法；(2) 限定缺陷法；
3. 简单应用：(1) 能够进行商品品级评定；(2) 常见商品品级的指标内容；
4. 综合应用：能够结合商品品级说明商品质量的重要性；

第七章 商品包装

一、学习目的和要求

了解：商品包装的概念；商品包装标准化；商品包装标志；

熟悉：商品包装的分类；商品包装的基本要求；商品包装材料；商品包装设计原则；
掌握：商品包装的功能；商品包装方法；运输包装、销售包装的类别和标志；

二、课程内容

第一节 商品包装的功能

- （一）商品包装的含义
- （二）商品检验的分类
- （三）商品包装的功能

第二节 商品包装的方法

- （一）商品包装的基本要求
- （二）商品包装设计原则
- （三）商品包装方法

第三节 商品包装材料

- （一）商品包装材料
- （二）商品包装标志

三、考核知识点

- （一）商品包装的含义、分类与功能
- （二）商品包装的基本要求、设计原则与方法
- （三）商品包装材料与标志

四、考核要求

（一）商品包装的含义、分类与功能

1. 识记：（1）商品包装的含义；（2）商品包装的分类；
2. 领会：（1）商品包装的主要功能；（2）商品包装促销功能；（3）商品包装经济功能；
3. 简单应用：（1）准确理解商品包装的保护功能；（2）商品运输包装与销售包装的区别；
4. 综合应用：（1）结合商品包装功能分析商品过度包装产生的影响；（2）如何对商品包装进行分类；

（二）商品包装的基本要求、设计原则与方法

1. 识记：（1）商品包装的基本要求；（2）商品包装的设计原则；

2. 领会：（1）商品包装的方法；（2）商品包装的安全原则；（3）商品包装适应标准化要求；
3. 简单应用：（1）真空包装与充气包装的区别；（2）准确理解商品包装辨识性原则；
4. 综合应用：能够结合商品特点进行商品包装方法选择；

（三）商品包装材料与标志

1. 识记：（1）商品包装材料；（2）商品包装标志；
2. 领会：（1）常见包装材料的应用；（2）常见商品包装标志；
3. 简单应用：（1）举例说明商品在包装材料上的应用；（2）举例说明商品标志的作用；
4. 综合应用：结合商品不同包装材料,分析商品包装对消费者购买行为产生的影响；

第八章 商标及管理

一、学习目的和要求

了解：商标的概念；商标的功能；

熟悉：商标的特征；商标的分类；商标注册；

掌握：商标设计应注意的问题；商标侵权行为；商标管理；

二、课程内容

第一节 商标的特征与分类

（一）商标的主要特征

（二）商标的功能

（三）商标的分类

第二节 商标设计与管理

（一）商标设计

（二）商标侵权

（三）商标管理

三、考核知识点

（一）商标的特征与分类

（二）商标设计与管理

四、考核要求

（一）商标的特征与分类

1. 识记：（1）商标的概念；（2）商标的功能；
2. 领会：（1）商标的分类；（2）不同类别商标的优缺点；
3. 简单应用：（1）举例说明商标在企业经营中的作用；（2）注册商标的法律意义；
4. 综合应用：举例说明企业应该如何进行商标防御；

（二）商标设计与管理

1. 识记：（1）商标侵权；（2）商标管理；
2. 领会：（1）商标的专用权；（2）商标设计的要求；
3. 简单应用：（1）简述商标的侵权行为；（2）注册商标的使用管理；
4. 综合应用：（1）举例说明如何做好商标管理；（2）举例说明如何保护商标权益不受侵害；

第九章 商品储运与养护

一、学习目的和要求

了解：商品储运的基本概念；商品储运的基本要求；

熟悉：商品储运管理；商品养护与商品质量变化；

掌握：商品在储运过程中的质量变化；商品运输的方法；商品养护的技术方法；

二、课程内容

第一节 商品储运

（一）商品储存过程中发生的变化

（二）商品运输的方法

（三）商品运输管理

第二节 商品养护

（一）商品养护措施

（二）仓库温、湿度的控制与调节

（三）防霉菌

（四）防锈蚀

（五）常见商品的养护实例

三、考核知识点

- (一) 商品储运
- (二) 商品养护

四、考核要求

(一) 商品储运

1. 识记：(1) 商品储运的概念；(2) 商品储运的基本要求；
2. 领会：(1) 商品储运管理；(2) 商品运输的方法；
3. 简单应用：(1) 商品在储运过程中的质量变化；(2) 常见商品的储运管理；
4. 综合应用：举例说明商品在储运过程中的变化；

(二) 商品养护

1. 识记：(1) 商品养护的概念；(2) 商品养护的基本要求；
2. 领会：(1) 商品养护与商品质量变化；(2) 商品养护的技术方法；
3. 简单应用：(1) 常见商品的日常养护；(2) 常见食品和工业品商品的养护技术；
4. 综合应用：举例说明温度和湿度对商品养护产生的影响；

III、有关说明与实施要求

一、关于考核目标的说明

为使考试内容具体化，考试要求标准化，本大纲各章分为学习目的和要求、课程内容、考核知识点和考核要求四方面内容，使自学应考者能够进一步明确考试内容和要求，有目的地系统学习；使社会助学者能够更全面地有针对性地分层次进行辅导；使考试命题范围更加清楚明确，更准确地安排试题的知识能力层次和难易度。

在考核要求中，按照认知能力分为识记、领会、简单应用和综合应用四个层次。

1.识记：能正确认识和表述科学事实、原理、术语和规律，知道该课程的基础知识，并能进行正确的选择和判断。

2.领会：能将所学知识加以解释、归纳，能领悟某一概念或原理与其他概念或原理之间的联系，理解其引申意义，并能作出正确的表述和解释。

3.简单应用：能用所学的概念、原理和方法正确分析机和解决相对简单的问题，具有分析和解决一般问题的能力。

4.综合应用：能够灵活运用学过的知识分析和解决比较复杂的问题，具有综合分析问题

和解决问题的能力。

二、关于自学教材的说明

指定教材：《商品学基础》，伊铭主编，复旦大学出版社，2021.6

三、关于自学方法的指导

这门课程具有较强的实践性，广大应考者在自学的过程中，应注重把知识与实际应用相结合。同时，本大纲还提出了以下几点要求：

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层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到针对性学习；

2. 阅读教材时，要集中精力，弄清每一个知识点，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. 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，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论述。

四、对社会助学的要求

助学学时：本课程3学分，建议总课时48学时，其中助学课时分配如下：

章节	内容	学时
第一章	商品学导论	3
第二章	商品质量与认证	6
第三章	商品成分	6
第四章	商品分类	6
第五章	商品标准	6
第六章	商品检验	6
第七章	商品包装	6
第八章	商标及管理	3

第九章	商品储运与养护	6
总 计		48

助学过程中建议：

1. 准确掌握相关的概念和术语，理解概念和术语的内涵及区别和联系；
2. 理解商品学教学体系中各种方法和原理，并注重与其它相关理论知识结合，联系实际灵活运用；
3. 理论学习与实践相结合，特别注意生活中常见商品基本特征、属性等方面的应用；
4. 注重课外常识积累，同时多读一些相关学科书籍，注重知识掌握的全面性。

五、关于命题考试的若干规定

1. 覆盖面与重点章节：本大纲各章所提到的内容和考核目标都应是考试内容，各章都应有不同比例的试题出现，其中第二、三、四、五、六章应是考试的重点。

2. 试卷能力层次比例：试卷中对不同能力层次要求的分数比例一般为：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合应用占 20%。

3. 试卷难易比例：本课程试题难易程度要恰当，既要充分体现自学考试的特点，又要体现不同类型应考者对课程在掌握程度上的区别；试题难度分为易、较易、较难、难四个档次，每份试卷中不同难度试题的分数比一般为：易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。

4. 题型：题型的选用要适合课程的特点，题型一般在 4 到 7 种之间，试题类型一般为：单项选择题、多项选择题、判断说明题、简答题、论述题、案例分析题、实务题。

5. 考试形式、考试时间：考试采用闭卷笔试，考试时间为 150 分钟；阅卷时采用百分制评分，60 分合格。

附录：题型举例

题型一、单项选择题

商品学起源于

- A.美国 B.英国 C.意大利 D.德国

题型二、多项选择题

目前我国的“CCC”认证标志分为

- A.安全认证标志
B.消防认证标志
C.安全与电磁兼容认证标志
D.电磁兼容类认证标志
E.合格认证标志

题型三、判断说明题

商品的数量检验是商品检验的中心内容

题型四、简答题

简述线分类法和面分类法的区别。

题型五、论述题

请结合所学商品学知识论述影响有形商品质量的因素。

题型六、案例分析题

在 20 世纪 60 至 70 年代，长跑爱好者只有一种合适的鞋可供选择：阿迪达斯。阿迪达斯是德国的一家公司，成立于 1949 年，是为竞技运动员生产轻型跑鞋的先驱企业。1954 年世界杯足球赛，阿迪达斯因其生产的球鞋鞋底的塑胶鞋钉能帮助运动员提高运动速度，增加稳定性而一战成名，当时世界上有 85% 以上的运动员穿的是阿迪达斯公司的产品，三叶标志成为成功的象征。在 1976 年的蒙特利尔奥运会上，田径赛中有 82% 的获奖者穿的是阿迪达斯牌

运动鞋。阿迪达斯运动鞋的优势在于试验，它试用新的材料和技术来生产更结实和更轻便的鞋，它采用袋鼠皮绷紧鞋边，四钉跑鞋和竞赛鞋采用的是尼龙鞋底和可以更换鞋钉。高质量、创新性和产品多样化，使阿迪达斯在当时的国际竞争中处于绝对竞争优势。

然而到了 20 世纪 70 年代，蓬勃兴起的健康运动使阿迪达斯公司感到吃惊。一瞬间成百万以前不爱好运动的人们对体育锻炼产生了兴趣，成长最快的健康运动细分市场是慢跑。据估计，在 1980 年有 2500 万至 3000 万美国人加入了慢跑运动，还有 1000 万人是为了休闲而穿跑鞋。尽管如此，为了保护其在竞技市场中的统治地位，阿迪达斯并没有大规模地进入慢跑市场。当时市场上出现了一大批竞争者，如美洲狮、布鲁克斯、新布兰斯和虎牌，耐克公司比其余的企业更富有进取性和创新性。由前俄勒冈大学的一位长跑运动员创办的耐克公司，在 1972 年俄勒冈的尤金举行的奥林匹克选拔赛中首次亮相，穿着新耐克鞋的马拉松运动员获得了第 4 至第 7 名，而穿阿迪达斯鞋的参赛者在那次比赛中占据了前三名。

耐克的大突破出自 1975 年的“夹心饼干鞋底”方案。它鞋底上的橡胶钉使之比市场上出售的其他鞋更富有弹性，夹心饼干鞋底的流行及旅游鞋市场的快速膨胀，使耐克公司 1976 年的销售额达到 1400 万美元，而在 1972 年仅为 200 万美元，此后耐克公司的销售额飞速上升。今天，耐克公司的年销售额超过了 35 亿美元，并成为行业的领导者，占有运动鞋市场的 26% 的份额。耐克公司的成功源于它强调的两点：一是研究和技术改进；二是风格式样的多样化。公司有近 100 名雇员从事研究和开发工作，它的一些研究和开发活动包括人体运动高速摄影分析，对 300 个运动员进行的试穿测验，以及对新的和改进的鞋和材料的不断实验和研究。

阿迪达斯公司的决策者们没有重视耐克公司正在迅速成长这样一个严重的事实，自认为当时拥有 85% 的市场占有率已经非常厉害，即使竞争对手抢走一部分市场，仍然在市场上占有绝对优势，因此没有采取有效的对策扼制竞争对手给企业带来的威胁，最终导致竞争中的相对劣势，失去往日在运动服装市场独领风骚的残酷现实。

问题：

- (1) 什么是商品质量？
- (2) 结合商品质量的内容，分析导致阿迪达斯公司市场份额下降的原因。
- (3) 阿迪达斯公司可以采取哪些方法来提高商品质量？

题型七、实务题

上海某企业生产肉松，采用标准版 EAN 条码，商品代码为 88671，企业代码为 7854，试编制前缀码为 690 的商品条码，要有编制和设计过程。

附：

商品学基础（实践）考核大纲

一、课程性质和考核目的

商品学基础（实践）作为工商管理专业的实践课程，目的是通过对商品的市场调查、分析和检验，让考生在熟悉和认知商品的基础上，得到如下方面的能力训练。

1. 能够围绕商品与人和环境之间的协调统一，从技术、经济、环境、资源、市场和消费需求等多方面系统、综合和动态的研究商品使用价值和商品质量的变化；
2. 掌握分析和鉴别商品质量与认证的基本方法，培养依据商品标准对商品质量进行检验和评价的技能；
3. 熟悉企业商品分类的基本要求，培养根据企业不同业态和经营特点进行商品分类管理的能力；
4. 熟悉主要商品成分，培养针对不同类型商品进行综合分析商品成分对商品使用价值产生的影响以及有针对性的进行商品成分鉴定的能力；
5. 综合已学商品学知识对商品采购、商品检验、商品储运运输、商品经营和商品管理等方面进行应用和实践，提高对商品的鉴别和经营管理能力；

二、考核要求和形式

1. 考生在通过商品学基础课程的学习并考核通过，获得相应学分以后，方可进入商品学基础（实践）教学环节学习。
2. 商品学基础（实践）课程采用学生市场调查和教师辅导相结合的方式，根据考核内容确定选题和调查对象，列出调查提纲，进行市场调查，撰写调查报告。
3. 达到考核大纲要求，经成绩评定及格及以上者即为合格，并获得2学分。

三、考核内容和选题

考生可根据自己的工作实际和兴趣爱好，根据以下选题确定一种选题，根据选题的具体要求，确定调查对象，列出调查提纲，有针对性的进行市场调查，撰写调查报告。

选题一：关于XXXX商品分类体系的调查和分析

（一）调查对象：超市、大型综合超市、仓储式会员店、购物中心、百货商店、折扣店、便利店、专卖店、家居店、建材店、服装店、其它专业商店；

(二) 调查方法：观测法、访谈法；

(三) 具体要求：

1. 用平面图的形式描述该企业的货架布局 and 商品陈列情况；（分值占比 20%）
2. 从大中小类三个层级描述该企业商品分类体系；（分值占比 20%）
3. 从商品分类体系分析该企业商品经营的定位和特色；（分值占比 20%）
4. 分析该企业在商品分类过程中存在哪些具体问题？针对存在问题的解决对策有哪些？（分值占比 40%）

选题二：关于 XXXX 商品的市场调查和分析

(一) 调查对象：水果、蔬菜、粮油制品、水产品、畜产品、豆制品、饮料、酒、茶、巧克力、饼干、乳制品、膨化食品、保健食品、调味品、电视机、空调、洗衣机、汽车、电动车、电脑、手机、化妆品、洗护用品、清洁用品、纸制品、纺织品、文具用品、体育用品等；

(二) 调查方法：观测法、访谈法、试验法；

(三) 具体要求：

1. 调查该类商品的主要成分、种类；（分值占比 20%）
2. 调查该类商品的主要质量要求和商品标准；（分值占比 20%）
3. 调查该类商品市场总体质量状况和存在的主要质量问题；（分值占比 30%）
4. 就进一步改进商品质量和发展商品品种提出自己的建议；（分值占比 30%）

选题三：关于 XXXX 商品市场竞争能力的调查和分析

(一) 调查对象：水果、蔬菜、粮油制品、水产品、畜产品、豆制品、饮料、酒、茶、巧克力、饼干、乳制品、膨化食品、保健食品、调味品、电视机、空调、洗衣机、汽车、电动车、电脑、手机、化妆品、洗护用品、清洁用品、纸制品、纺织品、文具用品、体育用品等；

(二) 调查方法：文案法、观测法、访谈法；

(三) 具体要求：

1. 调查该类商品现阶段发展情况和所处的宏观、微观环境；（分值占比 20%）
2. 调查该类商品市场总体质量状况和存在的主要问题；（分值占比 20%）
3. 调查该类商品的主要竞争对手及其产品的核心竞争力（从商品质量、包装、检验、储

存等方面展开); (分值占比 30%)

4. 改进和提升该类商品市场竞争力的对策和建议; (从商品学相关知识角度展开) (分值占比 30%)

四、调查报告具体要求

调查报告必须结构合理, 层次清楚、实事求是、符合实际, 语言流畅, 格式正确。调查报告内容字数要求不少于 3500 字。调查报告包括封面、目录、前言、正文和附录。具体要求如下:

1. 封面: 封面统一提供, 需要考生填写报告名称、报告人姓名、专业、班级、报告日期。
(字体: 黑体, 小二号, 加粗)
2. 目录: 目录中应包括到二级标题主要条目, 便于让读者对调研报告有整体概括性的了解。(字体: 黑体, 小四号)
3. 前言: 在前言中应说明调研的目的、时间、地点、对象、范围、采用的调研方法及调研的局限性。(字体: 黑体, 小四号)
4. 正文: 调研报告的主体, 应涵盖选题中的具体要求, 结构上包括调研结果的描述和分析, 提出的问题和建议。(一级标题: 黑体, 四号, 加粗; 二级以下标题和正文: 宋体, 小四号)
5. 附录: 调查资料中篇幅长而又很重要的图表和文字说明资料可作为附录附在报告之后。
(黑体, 小四号)

五、考核成绩评定方法

凡是达到考核大纲要求, 经指导教师评定成绩及格及以上者即为合格, 并获得 2 学分。考核成绩评定具体分为五个等级。其中 90 至 100 分为优秀; 80 至 89 分为良好, 70 至 79 分为中等, 60 至 69 分为及格, 59 分以下为不及格。