

课程思政示范课程、教学名师和团队申报书

课程名称：药店经营与管理

课程负责人：曾建雄

联系电话：15959100550

推荐类别：普通本科课程

研究生课程

职业教育课程

继续教育课程

推荐单位：药学与健康管理系

二〇二三年六月

填报说明

1. 每门课程均需明确“推荐类别”，只能从“普通本科课程”、“研究生课程”、“职业教育课程”、“继续教育课程”中选择一个选项填报。

2. 申报课程可由一名教师讲授，也可由教学团队共同讲授。

3. “学科门类/专业大类代码”和“一级学科/专业类代码”请规范填写。没有对应具体学科专业的课程，请分别填写“00”和“0000”。

4. 申报书按每门课程单独装订成册，一式两份。

5. 所有报送材料均可能上网公开，请严格审查，确保不违反有关法律及保密规定。

一、课程基本信息

课程名称	药店经营与管理
课程类型	<input type="checkbox"/> 公共基础课程 <input checked="" type="checkbox"/> 专业教育课程 <input type="checkbox"/> 实践类课程
所属学科门类/ 专业大类代码	管理学/12
一级学科/专业类代码	公共管理/1204
课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
开课年级	高职二年级
学时	48 学时
学分	3 学分
最近两期开课时间	2022 年 9 月 1 日—2022 年 12 月 31 日 (附教务系统截图 1)
	2023 年 9 月 1 日—2023 年 12 月 31 日 (附教务系统截图 2)
最近两期学生总人数	135 人
教学方式	<input checked="" type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 线上 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式
线上课程地址及账号	

注：（教务系统截图须至少包含开课时间、授课教师姓名等信息）

二、授课教师（教学团队）基本情况

课程团队主要成员 (序号 1 为课程负责人, 课程负责人及团队其他主要成员总人数限 8 人之内)								
序号	姓名	院系/ 部门	出生 年月	职务	职称	手机 号码	电子 邮箱	教学任务
1	曾建雄	药学与 健康管理系	1975 .05	系主任	副教授	15959 10055 0	583220 867@qq .com	主讲人/实施人
2								
3								
4								
5								

三、授课教师（教学团队）课程思政教育教学情况

课程负责人 情况	<p>(一) 负责人基本情况</p> <p>医学硕士学历、执业药师、系主任、副教授，福州市十四届政协委员（教育界别）。近五年来，一共完成或立项科研课题 5</p>
-------------	---

	<p>项，发表学术论文共 9 篇，其中 7 篇均为独撰。</p> <p>（二）课程思政教育情况</p> <p>任教以来承担了《药店经营与管理》、《药事管理与法规》、《药品市场营销》等课程教学任务。在教学过程中，充分践行学院“爱的教育”育人理念，融入社会主义核心价值观，运用“崇药德、守药规、会药技”等思政元素，开展课程思政教学。2021 年 4 月，发表一篇相关的理论研究：“健康中国”视域下药事管理类人才培养创新研究（《高教学刊》杂志）；2023 年 8 月，投稿一篇课程思政相关论文：“产业学院实践教学改革中融合‘课程思政’理念的探索”（《淮南职业技术学院学报》杂志，2024 年 2 月见刊）</p>
<p>教学团队情况</p>	<p>无</p>

四、课程思政建设总体设计情况

《药店经营与管理》课程是我院药品经营与管理、健康管理等专业的必修课程。作为医药营销管理人才的培养模式，在传统教学模式的基础上，将思政教育融入课程教学中，旨在达到“崇药德—守药规—会药技”的培养目的。通过课程思政教学，引导学生在课程学习过程中逐步加强对药品管理法规的认识，强化职业理想和职业道德，培养学生成为“崇药德”“守药规”的药学人才；提高学生对知识的应用和实践能力，帮助学生树立正确的职业观，促使学生向“会药技”的应用型人才发展。同时在课程教学中融入社会主义核心价值观，增强学生的社会责任感，让学生带着爱国意识和民族自豪感，熟悉药店经营与管理的理论知识，掌握药品零售管理的新理念、策略、方法和工具，熟练地运用药品经营与管理的理论和方法解决实际问题，使学生具备勇于实践、灵活运用所学知识、终身学习的优良品质。



图1 “崇药德—守药规—会药技”课程思政元素的总体设计

在课程思政的实施开展过程中，采用“三寓三式”模式教学法。所谓的“三寓”是“寓道于教”“寓德于教”“寓教于乐”。“三式”是与案例教学进行有机结合，确定为“专题案例式、元素多元式、云端体验式”。其中，“专题案例式”是采用专题案例形式融入到课程思政教学中；“元素多元式”是通过中西方多元文化相互比较或结合的案例，将德育融入到课堂教学的知识讲解中；“云端体验式”是通过录制包含思政元素的短视频等，让学生身处异地也能有亲临现场的体验感与获得感。

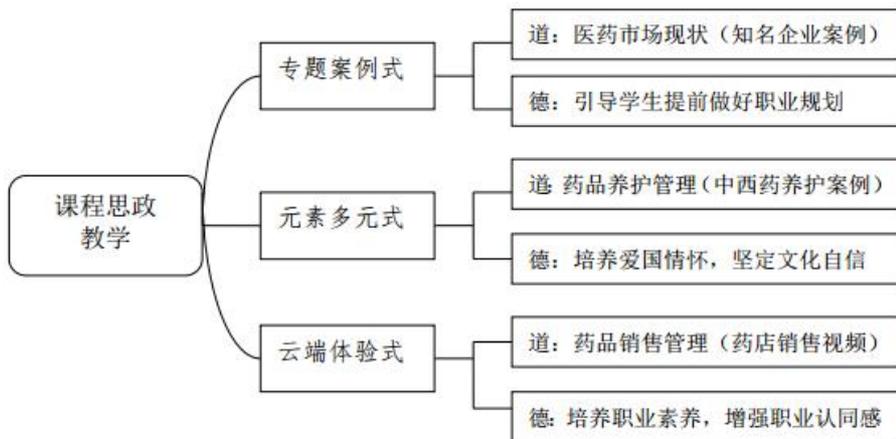


图2 “三寓三式”模式的课程思政教学的总体设计（举例）

五、课程思政教学实践情况

（一）确定药店经营与管理课程思政目标：

将药店经营与管理建设成课程思政示范课，设计了“崇药德—药规—药技”的药店经营与管理课程目标，即要把思政教育贯穿于专业课程的全过程。一方面，在教学目标确定时，不仅要考虑到知识目标和能力目标，还要将思政目标纳入到教学目标中。另一方面，在药店经营与管理课程教学中，渗透思政教育，以培养具有家国情怀、法制观念、文化自信和正确的世界观、人生观、价值观的综合型药学高级营销人才为课程宗旨。

（二）挖掘课程中融入的思政元素：

积极寻找药店经营与管理课程中的隐性思政元素，拓宽课程思政的教学内容。基于药品零售的基本理论，药品零售企业经营管理的理论和策略方法，药品采购验收、存储养护、药品销售、顾客服务等课程内容；将社会主义核心价值观、中华优秀传统文化教育，中国特色社会主义的“四个自信”中的部分内容结合到教学过程中。

（三）运用多种教学方法创新课堂：

运用多种教学手段，灵活使用多媒体进行教学，以图片、视频等生动的方式，让学生思维真正走进药店经营与管理这门药品经营管理课，同时沉浸式地进入思政内容的学习。一是利用多媒体视频，分享与课程有关的思政知识和时事热点，将思想价值引领贯穿于主要教学环节。二是采用“翻转课堂”模式，注重启发式教学。教学过程中融入“翻转课堂”，为学生提供自主学习和汇报展示的平台，提高学生的学习积极性和主动性。

（四）建立多元的教学评价体系：

一是多元化的教学评价体系：主要包括翻转课堂的参与表现、课程内容的实践情况以及期末的书面考试，兼顾对理论和实践的考核，力争达到教学要求。二是采用过程性的教学评价体系：将教学评价阶段化，改革“一张试卷评定成绩”的旧模式，不仅考核学生对于理论知识的掌握情况，而且锻炼和测评学生对知识的运用和实践能力。

六、课程评价与成效

（一）课程评价方法

基于药店经营与管理的课程内容、课程性质和授课过程，在原有教学评价体系基础上，对其进行改革。由专业理论知识转向理论内容和实践应用情况组合的课程框架体系，在注重启发式教学的前提下，用互动式和翻转课堂方式润无声地将思政内容融入进课堂，在多种教学手段和多阶段过程性评价为主线，实现了“崇药德-守药规-会药技”的教学目标。

首先，在教学评价体系中纳入“药德”内容，通过翻转课堂的教学改革，对学生表现考核时将思政元素作为标准之一，从而了解学生对“药德”内化程度。

其次，结合课程内容开展专业内容与思政内容融合的系列专题讨论，讨论结论和呈现效果将其作为课程成绩的组成部分。

最后，在原有试卷考核基础上，拓宽为“阶段性评价+期末考试”综合考核方法。通过内容融入、考核标准、过程性训练对教学评价体系的改革，将专业目标和思政目标融合起来，发挥二者的协同联动作用。

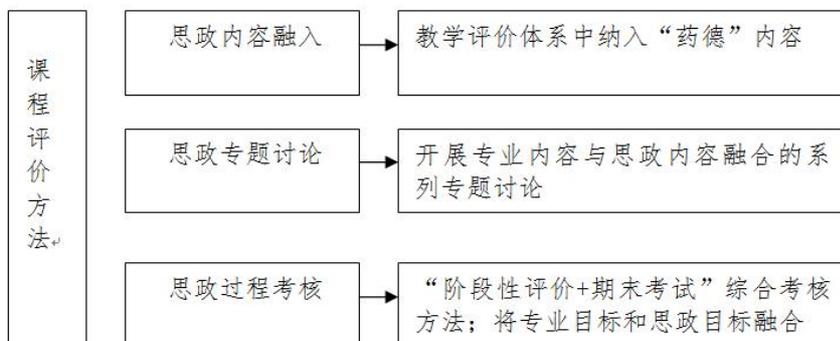


图3 课程评价方法改革

（二）课程实施成效

通过连续两学年的药店经营与管理课程教学改革，采用传统教学基础上结合“课程思政”教学设计进行了综合教学，取得阶段性成果。

首先，学生学习兴趣显著提高。通过课后访谈调研，学生在无形中对课程思政内容的认同度和关注度提高了，对于“药德”的掌握明显高于未使用该教学法

的传统理论课。其次，学生期末成绩稳步提升。与早前的学生考试成绩相比较，开展课程思政后的学生成绩都获得较好提升，说明了该课程的思政教学改革获得预期效果。

七、课程特色与创新

（一）课程特色与创新

为了更好地实现思政内容与专业课程的融合和有机统一，将立德树人的目标贯穿于整个教学过程，构建了体现专业课程特点的“崇药德—守药规—会药技”课程教学模式。

（二）教学案例举例

以“守药规”方面的课程思政教学举例：2016年3月，发生了震惊全国的山东疫苗事件。含有25种儿童、成人用的疫苗在未经严格冷链存储运输销往24个省市，案件涉值5.7亿元。2017年1月，济南市中级人民法院对被告人庞红卫、孙琪非法经营案开庭宣判，分别判处被告人庞红卫、孙琪犯非法经营罪判处有期徒刑十五年、六年有期徒刑。2018年7月，长春长生生物公司发布公告，25.26万剂ADPT疫苗未能达到免疫标准，并全部销往山东省。该事件最终导致了企业巨额罚款和终止上市的结果。疫苗直接关系到人们的身体健康，与生命息息相关。遵守国家的法律法规，坚守职业道德与社会责任是每一个药学从业人员都应当铭记于心。通过这种活生生的典型教学案例能够让学生对“守药规”有更好的认识和理解，潜移默化地强化学生的法律意识，强调遵纪守法的重要性。



图 4 课程思政教学案例举例

八、课程建设计划

(一) 今后五年的建设计划

①不断学习政治理论知识，提高自身的政治素养，培养教师树立专业素养的同时提高协同育人的意识。②探索教改途径与大胆尝试药事管理类的课程改革，探究专业课中存在着丰富的隐形思政元素，实验性把思政元素融入专业课堂。③创新教学方法促进师生互动式交流，形成全过程参与式的良好课堂语境，以沉浸式让学生隐性化地提升思想政治水平和学业成就，实现“崇药德—药规—会药技”的内化教育模式。

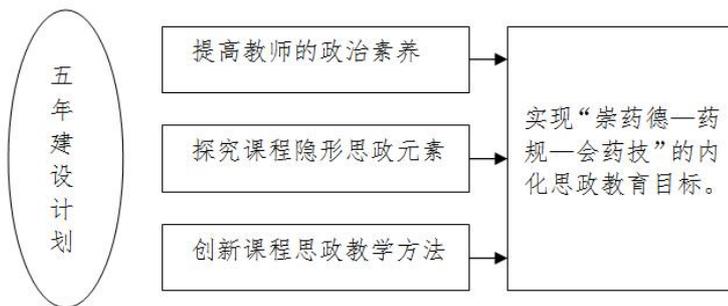


图5 今后五年的课程思政建设计划

（二）支持保障措施

加强组织领导、统筹推进全校课程思政教学改革工作；加强相关部门和各教学单位工作联动，确保课程思政教学改革落到实处；学院从教学资源、配套资金、教学场所等方面将给予持续支持。

九、课程负责人承诺

本人已认真填写并检查以上材料，保证内容真实有效，不存在任何知识产权问题。如有违反，本人将承担相关责任。

课程负责人（签字）：

2023 年 10 月 26 日

十、申报学校政治审查意见

该课程内容及上传的申报材料无危害国家安全、涉密及其他不适宜公开传播的内容，思想导向正确，不存在思想性问题。

该课程负责人（教学团队）政治立场坚定，遵纪守法，无违法违纪行为，不存在师德师风问题、学术不端等问题，五年内未出现过重大教学事故。

学校党委（盖章）：

2023 年 10 月 26 日

十一、申报学校推荐及承诺意见

学校同意推荐该项目，并对课程有关信息及课程负责人填报的内容进行了认真核实，保证真实性。

该课程如果被认定为“省级课程思政示范课程”，学校承诺为课程建设提供政策、经费等方面的支持，确保该课程继续建设五年。学校将主动提供并同意课程建设和改革成果在指定的网站上公开展示和分享。学校将监督课程负责人经审核程序后更新资源和数据。

推荐单位公章：

2023 年 10 月 26 日

十二、各设区市教育局推荐意见

（此项仅限市属职业院校填写）

（单位公章）

年 月 日

附件 1:

教学设计与教学实施流程（章节举例）

药店经营管理是一门研究和学习药品零售经营管理的理论，并运用相关理论知识解决实际问题的药学市场类课程。本课程培养的是具有扎实的药店经营理论基础和较强的药学服务技能，能为百姓提供安全、合理、经济有效用药服务，是百姓合理用药的终端把关者。所以，课程培育有职业道德、家国情怀和诚实守信的药品流通领域工作者，对于保障大众身体健康至关重要。而在教学过程中，融入思政元素就最能实现上述的教学目标要求。

以下《药店经营与管理》课程中的“接待顾客”一节进行具体说明：

（一）课程教学内容

①门店员工的服务原则：热情的原则、符合顾客愿望的原则、一视同仁的原则、讲求服务质量的原则；②门店员工的服务礼仪：仪容仪表、行为举止、服务纪律、语言要求；③接待服务的标准话语：顾客进店时标准话语、顾客不需要协助时的标准话语、主动向有需要的顾客提供协助的标准话语、顾客指明需要某种商品时的标准话语、顾客所需商品缺货时的标准话语、主动帮助手持大量物品的顾客的标准话语、顾客咨询专业问题，没有把握回答时的标准话语。

（二）教学总体思路

将思政元素融入药店经营管理课程中，合理运用多媒体教学手段，改进原有的课程教学模式，课程教学设计思路“授课前一授课中一授课后”三个阶段来组织实施。

（三）教学实施流程

①**授课前**：播放一段“东莞大参林药店员工遭顾客殴打”的视频录像。药店店长在处理此事件中，由于在整个接待过程中，有礼有节、规范有序，反而被人们所赞赏，并获得公司的嘉奖。围绕这一事件，让学生能够明白药店中的服务礼仪与服务规范在药店的日常经营管理过程中的重要性。

②**授课中**：以案例讨论和情景模拟方式来开展：

【案例内容】

顾客进入零售药店，手按腹部，面部表情痛苦，营业员上前接待。

营业员：“您好，您哪儿不舒服，有什么可以帮您？”

（营业员服务状态：急切、关心、真诚）

顾客：“我从昨晚开始到现在拉肚子七八次？，整个腹部都不舒服，隐隐地疼。人也没力气，没精神，想买点药。”

营业员：“您先坐下休息一下，是不是昨天吃东西不合适？”

（营业员服务状态：关注、投入，安排患者坐下，可以倒杯温水）

顾客：“有可能吧，昨天晚上跟朋友去吃大排档了，冷的热的辣的也没讲究。”

营业员：“……”

实施步骤一：让不同学生充当药店营业员和顾客身份进行情景模拟和对话。



图 1：教学场景

实施步骤二：让学生分析下案例中营业员的具体做法是否得当和规范？



图 2：教学场景

实施步骤三：教师总结分析：当顾客需要医药商品营业员提供服务时，需要的不仅是简单的药物介绍，营业员的形体语言、语音语调都会影响到顾客的感受，因此，药店营业员能够合理运用适合情境的服务态度与语言，对服务质量有重要影响。而通过这种规范服务接待方式，一方面能够让顾客有比较愉悦的购药心情体验；另一方面也能够让药店店员感受到职业价值感和荣誉感。

【课程思政元素】使学生具备药品销售和顾客服务的知识和能力；培养学生“顾客至上”服务理念；树立服务社会的职业理想信念。

③授课后：授课结束后，给学生布置一份课后作业，让学生总结日常在药店的顾客接待过程中，规范用语与禁忌用语都有哪些？目的是一方面让学生能够巩固所学的课程知识内容；另一方面也是为了更好地培养学生树立职业服务意识和服务理念，日后更好地为社会做出应有贡献。

【附其它教学场景图片】



附件 2:

福州黎明职业技术学院教案

No: 01

专业 班级	2022 级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	9 月 18 日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第一章 认识药店</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【导入新课】为什么要学习药店经营与管理；如何学好药店经营与管理；该课程授课内容、实训作业安排、课时安排与课程考核。10min</p> <p>【新课内容】第一节 我国医药零售企业的发展现状及发展趋势 60min 第二节 药品门店组织机构及岗位要求 55min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <p>1. 熟悉门店各岗位的工作职责，营业场所常用设备的使用方法和操作步骤。</p> <p>2. 了解我国医药零售企业的发展现状及发展趋势。</p> <p>技能目标:</p> <p>能说出我国药店的发展趋势；能正确描述各岗位的工作职责</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：门店各岗位的工作职责。</p> <p>教学难点：我国医药零售企业的发展趋势。</p>						
作 业 或 复 习 题	<p>1、简述医药零售企业未来发展趋势？</p> <p>2、简述药品门店基本职能？</p> <p>3、简述药品门店岗位要求？</p>						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 我国医药零售企业的发展现状及发展趋势</p> <p>药品零售企业；中国药品零售市场持续增长；截止 2015 年底，中国零售药店总数已达到 44.81 万家，数量还在逐年上升；药店结构变化；药品零售行业连锁化和集中度快速提升。</p> <p>一、目前中国零售药店存在的类型</p> <p>药品零售类型是药品零售企业向确定的顾客提供确定的商品和服务的具体经营形态。</p> <p>标准药店、社区便利店、平价药店、医疗保险定点药店、专科医院、超市药店、药妆店、网上药店、药诊店</p> <p>二、中国药店的发展趋势</p> <p>1. 品牌化</p> <p>①药店的品牌化</p> <p>②经营品种的自主品牌化</p> <p>2. 多元化</p> <p>3. 差异化</p> <p>4. 连锁化</p> <p>第二节 药品门店组织机构及岗位要求</p> <p>一、门店基本职能</p> <p>（一）经营和销售职能</p> <p>门店的经营与销售职能主要指向顾客提供所需商品，完成各项经营指标，努力提升营业额，不断完善业务流程。药品门店所提供的商品；药品零售必须遵循基本原则；经营指标；</p> <p>（二）商品展示与管理职能</p> <p>门店为企业经营的商品提供展示、储存、流通及养护。</p> <p>商品展示方式，对商品的销量有直接而重要的影响。门店展示和销售业务必须与商品储备、流通和养护紧密联系起来。</p> <p>（三）服务顾客职能</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>大参林创始人柯氏三兄弟</p> <p>鲜为人知的参茸大药坊成立于 1993 年，而它就是如今大参林的前身。1998 年，柯氏三兄弟在湛江开店，并首次进行连锁经营。直到次年才成立茂名市大参林医药连锁有限公司，并进行大参林商标注册。作为创始人的柯云峰，他 1967 年 1 月出生于广东茂名。柯云峰在家排行老二，他有一个大哥名叫柯康保，弟弟是柯金龙，而这就是传说中的柯氏三兄弟了。柯氏三兄弟出身自茂名茂南区新坡镇合水乡村，属于广东粤西地区比较贫困的</p>

<p>顾客服务包括优质化的“情感服务”、高质量的医药专业服务和便利服务等内容。</p> <p>顾客满意指数模型；</p> <p>满足顾客需求是顾客满意的基础，然而关系营销的理念提示们，顾客不仅是产品的最终使用者，而且是有着多重利益关系、重需求、有思想、有情感、存在潜在价值的人，因此把营销活看成是一个企业与消费者、供应商、经销商等各组织机构的相互作用的过程，超越顾客需求，实施情感服务，与顾客建立良好和谐关系，是提高顾客满意度的重要途径与方法。</p> <p>（四）信息收集职能</p> <p>信息收集包括商圈内顾客需求信息与竞争对手信息两个方面。</p> <p>对药店而言，最重要的信息包括顾客需要或喜爱的药品（商）品种、品牌、规格及数量以及同类药品（商品）的价格、销方式、促销手段等。</p> <p>（五）企业形象宣传职能</p> <p>企业的形象特征有物质表征、社会表征和精神表征三种。</p> <p>物质表征是企业形象构成要素中可见的物质形式及客观实在代表的形象特征，如建筑群落、企业产品、广告标牌等。</p> <p>社会表征是指通过企业文化和企业管理过程所表现出来企业素养和文化特色，如人才结构、技术优势、管理水平等。</p> <p>精神表征是指企业行为所表现出来的内在精神和价值观。</p> <p>（六）渠道附加值的职能</p> <p>市场营销渠道；销售渠道的作用：</p> <p>药品零售企业通过提供优质的产品和服务，以提高集客力，此而巩固市场和拓展自身的市场地位，增强竞争力；另一方面自身的终端资源，提高市场产品销售能力而增加对供应商的吸力，最终提升零售业务的价值。</p> <p>（七）员工培训职能</p> <p>企业人力资源开发的目标包括两个方面：一是通过开发活动</p>	<p>地方。三兄弟都很坚强，不负母亲众望，不仅学有所成，并且至少有两人当上了公务员。所以前期生活苦涩，但公务员的身份却给生命增添了一抹色彩，并正因这身份才让柯云峰有了坚持创办药店的信念。</p> <p>大参林的前身是参茸大药房，这给了该集团浓厚的文化底蕴和丰富的经验。所以该企业逐渐发展成为了集医药制造，零售和批发为一体的大集团化企业。而这种模式成功让该集团在2020年度实现营业收入达到145.82亿元，并且员工数量增长近32300人，门店突破6000家。除了广东地区，广西以及河南等国内十个省</p>
--	--

<p>高人的才能；二是通过开发活动增强人的积极性。</p> <p>教育性开发；政策性开发；使用性开发；</p> <p>二、门店组织机构及岗位职责</p> <p>（一）人员架构及特点</p> <p>药店的从业人员为店长和店员。店长负责全面的经营管理工作，店员人事具体的进、销、调、存等工作，店员根据功能又可分为初级店员、中级店员、高级店员三级（或初级、高级二级）、理药师、药师、执业药师。根据工种可以分为营业员、采购员、管员、质量员。</p> <p>（二）各级人员的岗位职责</p> <p>药品是特殊商品，医药零售是特殊行业，医药零售对从业人的素质有较高要求。药学专业技术人员是开办和经营药店的必要条件。</p> <p>工作角色进行恰当的定位；行为举止方面；专业服务与态度面</p> <p>1. 店经理（店长）职责</p> <p>店经理（店长）的重点工作包括以下几个方面。</p> <p>①顾客管理</p> <p>②员工管理 ①排班管理；②考勤管理；③员工培训；④员工核；⑤专柜人员及促销人员管理；</p> <p>③供应商管理</p> <p>④收银管理</p> <p>⑤数据分析</p> <p>门店管理的主要数据指标及公式：</p> <p>毛利率=毛利额 / 销售收入；费用率=费用额 / 销售收入</p> <p>存货周转率=销售收入 / [(期初+期末) / 2]</p> <p>2. 领班</p> <p>领班的职责是协助店长做好各项工作</p> <p>3. 执业药师（药师）</p> <p>①药品销售；②商品管理；③处理质量问题；④药店形象（布</p>	<p>份均有涉及。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>巩固和完善职业理想，引导学生自觉将个人理想融入到新时代中国特色社会主义建设中，为我国药学事业做出自己的贡献。</p> <p>【课程思政案例】</p> <p>43名执业药师挂证被曝光</p> <p>在广东省发布的七个通告中，共43名执业药师因挂证被通报，25人注册号为“已注销”。</p> <p>近日（9月12日），广东省食品药品监督管理局发布了《关于药品经营企业中执业药师“挂证”行为检查情况的通告（2018</p>
---	---

<p>与药品分类)管理; ⑤药品知识培训</p> <p>4. 店员(营业员、健康顾问)</p> <p>近年来有企业把营业员定位于顾客的“健康顾问”,不仅提升了营业员的工作地位与工作价值,对营业员的业务能力也提出新的要求。</p> <p>店员是第一线与消费者接触的人,对顾客购买决定有较强的影响。</p> <p>营业员的工作重点内容有以下几点。</p> <p>①熟悉本区域内的商品信息; ②商品管理; ③执行制度、规范; ④反馈需求信息</p> <p>5. 收银员</p> <p>收银员的职责是为顾客提供快速、准确的收银服务,规范执各项收银作业,及时、准确地填写各类收银报表,在收银期间管本班营业额,并向顾客宣传公司的促销活动。</p> <p>6. 采购员职责</p> <p>采购工作必须以保证顾客需要为最大前提; 尽量避免药品积压; 采购应注重药品的质量,严把质量关; 积极为顾客提供质量、疗效好、价格合理的药品; 如果验收时发现质量或数量不符,责向原进货单位提出退货或索赔; 注意搜集药品供销信息、货信息; 负责购进药品的提运,以保证药品及时运回。</p> <p>7. 质量管理员职责</p> <p>对购人的药品进行验收和质量把关</p> <p>8. 质量验收员职责</p> <p>坚持“质量第一”观念,严格执行国家有关法律法规规定,决执行药房质量管理制度。</p> <p>严格按药品法定标准和合同质量条款逐批验收购进药品。</p> <p>9. 保管员职责</p> <p>经验收后入库的合格药品,负责按不同种类、不同性质、不同剂型分别采取相应的储存保管方法,妥善存放; 全面掌握在库产品质量情况; 对西药中的精神药品和毒性药品要严格管理制度。</p>	<p>年 第 216 号)》,通告显示: 全省各级食品药品监管部门近期检查发现“挂证”行为的执业药师共有 2 人,分别为黎**和夏**。</p> <p>经不完全统计,截至目前,广东药监局共有 43 名执业药师因为挂证被通报。在统计中,共有 25 名执业药师的注册证号为“已注销”状态,1 名执业药师的注册账号为“已变更”状态。</p> <p>事实上,在过去的两年,广东省多地就曾违规挂取的执业药师被列入黑名单,存在兼职行为的执业药师均列入黑名单,并报告广东省执业药师注册中心收缴注销其执业药师注册证。对一年内累计三次不在岗的,一</p>
--	--

<p>10. 其他</p> <p>柜组长；中药技工；财务人员</p> <p>三、门店营运管理要求</p> <p>（一）工作原则</p> <p>先服从，后投诉原则；逐级原则；一个上级原则；勇于承担责任；复命制原则；文字化原则</p> <p>（二）工作要求</p> <p>沟通信息；工作规范；责、权清楚；奖、罚分明</p> <p>（三）禁止事项</p> <p>①不得索取或收受业务相关单位的任何利益，包括金钱、礼品、贷款、费用、报酬、受雇工作、合约、优待等。</p> <p>②不得私自与供应商或其他业务关联单位接洽任何业务。</p> <p>③不得通过伪造文件或提供虚假会计记录的形式欺骗公司。</p> <p>④未经公司批准或授权，不得将门店的资金、设备、固定资产等擅自移用或借出。</p> <p>⑤上班期间不准在门店内吸烟、吃零食，不得做与工作无关事。</p> <p>⑥对持有的涉密文件，须妥善保管并不得对外提供。</p> <p>⑦不得在店内会客或打私人电话。</p> <p>⑧不得在店内私自兜售或赠送任何商品。</p> <p>⑨不得私用、私吃、私分店内商品或赠品。</p> <p>⑩不得有与顾客顶撞、吵架等不礼貌行为。</p>	<p>律纳入深圳市药品流通行业从业人员“黑名单”。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>融入个人层面的社会主义核心价值观和创新创业精神，培养学生成为具有社会主义公民道德、职业道德的新型人才</p>
--	--

专业 班级	2022级药品经营与管理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	9月25日
						课时	3
教学 内容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第二章 药店的选址及市场定位</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】我国医药零售企业的发展现状及发展趋势、药品门店组织机构及岗位工作要求。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 选址分析 50min 第二节 经营策略分析 65min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握药店选址的基本原则和选址工作流程。 2. 熟悉商圈的概念及其对药店门店的影响。 3. 了解常见的药店门店定位策略 <p>技能目标:</p> <p>会进行商圈的调查与分析，能独立进行药店的选址工作。</p>						
重 点 及 难 点	<p>重点：商圈分析，商圈分析对药店选址的意义</p> <p>难点：连锁药店的 SWOT 分析</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1、简述药店选址的重要性？ 2、简述商圈定义及对药店选址的影响？ 3、简述如何用 SWOT 分析法来分析连锁药店？ 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>一、商圈分析</p> <p>1. 定义</p> <p> 药店商圈是指以药店所在地为中心，沿着一定的方向和距离扩展，吸引顾客的辐射范围。也就是说，药店吸引其顾客的地理区域或来药店购买商品的顾客所居住的地理范围。</p> <p>2. 构成</p> <p> 主要商圈、次要商圈和边缘商圈</p> <p> 药店商圈分析主要包括选址分析和经营策略分析。</p> <p> 药店客流与城市商圈客流呈现不同比例分布的特点，因此不直接用城市商圈的分析方式、分析内容来对药店商圈进行分析。</p> <p>二、商圈形态及对药品门店的影响</p> <p>1. 商圈形态</p> <p> ①商业区；②住宅区；③文教区；④办公区；⑤混合区</p> <p>2. 商圈形态对药品门店的影响</p> <p> 一般来说，影响药店商圈的因素有：一是该药店位置所属城商圈类型，它决定人流量的大小。二是该药店所处的位置，它直接影响门店的聚客能力。三是该药店辐射区域内人群健康特和消费能力，这决定商圈的特性和用药规律，是值得深入研究部分。</p> <p>三、商圈分析</p> <p> （一）商圈分析的含义及其作用</p> <p> 它是新设店进行合理选址的基础；它有助于制定竞争经营策；它有助于制定市场开拓战略</p> <p> （二）商圈分析的内容</p> <p> 人口规模及特征；供货来源及促销；经济情况；竞争情况饱和指数，一个商圈所能支持的药店不可能超过一个固定数。</p> <p> 饱和指数可用公式表示为：$IRS=C \cdot RE/RF$</p>	

（三）商圈分析的步骤与方法

确定分析内容；资料的收集与整理；实施统计与分析；撰写析报告

（四）商圈范围与营业额预测分析举例

工作目的与内容；资料的收集与整理

①顾客流量

顾客流量的分析可以通过定性与定量两种方法进行。

定性分析是对预定的门店位置周边环境进行实地考察以预测客流量的大致情况。

定量分析是在预定门店位置直接测定人流量的方法。

②顾客群体构成

顾客群体构成主要通过顾客性别、年龄、学历层次、来源、费意向及消费行为等信息进行分析。

③收入水平

④竞争者数量

3. 分析与预测

（五）注意事项

药店选址的重要性体现在以下几个方面。

（1）药店选址的目的其实就是企业目标市场的选择。

②药店选址关系到企业的经营目标和经营策略。

③药店选址关系到企业的经营绩效。

④药店选址与企业的管理水平及管理能力有关。

一、药店位置类型及对药店经营的影响

商业中心；一般商业街；医院附近；郊外型店铺；店中店

二、药店地址选择的原则

1. 顾客流量大且稳定

①人口密度高，居民集中，稳定，有多样化的需求。

②处于客流量大的临街铺面。

③交通便利，旅客上下车最多的车站或主要车站附近，顾客达店铺的步行距离短。

【课程思政案例】

医药行业现状及发展趋势分析

中国的人口众多，而药品产业又是国民经济的一个重要组成部分，不管是城镇地区，还是乡村，都存在着巨大的发展空间，而随着医疗市场的不断发展和完善，医疗市场也要适应经济的发展，为人民的健康和经济发展做出自己的贡献。

2020年，药品市场总额为14480亿元，同比下滑11.33%。但是，由于我国人口老龄化的日益严重，相关的医疗费用也在不断增加。中国制药行业在2021年实现了29288.5亿元

<p>④接近人们聚集的场所，如大型商场、影院附近等。</p> <p>2. 药店地址的选择与其经营规模及品种相适应</p> <p>3. 药店地址的选择要与药店的经营目标一致</p> <p>4. 药店地址的选择要充分考虑与周围药店的相关性和互补性</p> <p>三、药店选址应考虑的因素</p> <p>1. 客流量</p> <p>2. 交通因素</p> <p>3. 购买力因素</p> <p>4. 分店与配送中心的关系</p> <p>四、连锁药店总店与分店的选址</p> <p>1. 总店</p> <p>2. 分店（门店）</p> <p>五、药店选址的过程与方法</p> <p>1. 制定选址标准</p> <p>①营业面积和结构</p> <p>②每个月的租金计划及租金的给付方式。</p> <p>③交通的便利状况、人流的密集程度、顾客的消费水平、投资的回收计划等。</p> <p>2. 根据标准选定几个欲开店地点，对其周围环境进行详细的地观察</p> <p>3. 对欲开店本身进行评估</p> <p>①欲开店是否有明确的地址，附近是否有明显的路标，是否有助于消费者寻找；</p> <p>③店铺的所有权是否确认；</p> <p>⑥店铺有几层，高度是否有利于摆放药品；</p> <p>⑦店铺的采光度如何；</p> <p>⑩店铺周围的商店的性质，是否对药店的形象造成不利；</p> <p>（13）店铺的租期及租金给付方式，因不可抗力责任的归属。</p> <p>4. 选择欲开店附近的住户进行入户访问</p> <p>5. 进行对欲开店的投资和收益分析</p>	<p>的营业收入，比去年增长了 20.1%，比去年增长了 4431.2 亿元；制药企业实现利润 6271.4 亿元，比去年同期增长 77.9%，比去年增加 2764.7 亿元。中国的制药行业在今后 5 年内将继续保持每年 9.6% 的复合增长率，到 2025 年将达 22873 亿元。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>巩固和完善职业理想，引导学生自觉将个人理想融入到新时代中国特色社会主义建设中，为我国药学事业做出自己的贡献。</p>
---	--

营业额；损益平衡点销售额；经营安全率

6. 将各地点的预估情况做成营运条件评估比较表

药店的开办

一、申请开办药店的手续

1. 开办药店的条件

开办药品经营企业需要具备如下条件：

①具有依法经过资格认定的药学技术人员；

②具有与所经营药品相适应的营业场所、设备、仓储设施、
生环境；

③具有与所经营药品相适应的质量管理机构或人员；

④具有保证所经营药品质量的规章制度。

2. 开办药店的申报审批程序

第一步：申请筹建

第二步：申请《药品经营许可证》

第三步：申请《营业执照》

第四步：申请《药品经营质量管理规范》认证（GSP 认证）

第五步：办理税务登记。

二、基本医疗保险定点药店的申报与管理

1. 基本医疗保险定点药店的定义

基本医疗保险定点零售药店是指经统筹地区劳动保障行政部
审查，并经社会保险经办机构确定的，为城镇职工基本医疗保
参保人员提供处方外配服务的零售药店。

处方外配是指参保人员持定点医疗机构处方，在定点零售药
购药的行为。

2. 申报基本医疗保险定点药店的条件：

①取得《药品经营许可证》、《营业执照》，达到国家《药
经营质量管理规范》的标准，获得 GSP 认证证书。

⑤具有整洁的营业场所，营业用房使用面积在 60m² 以上，具
与医疗保险经办机构微机联网的条件。

⑥定点药店应配备 1 名以上专职执业药师，能保证营业时间

至少有 1 名药师在岗，营业人员需经培训取得合格证书，并在业药师或药师指导下提供服务。

3. 基本医疗保险定点药店审查和确定的原则

4. 基本医疗保险定点药店的申请

5. 对基本医疗保险定点药店的管理

① 社会保险经办机构要与定点零售药店签订有关协议

② 定点零售药店应配备专（兼）职管理人员

③ 定点零售药店应设立基本医疗保险用药专柜

④ 外配处方必须由定点医疗机构医师开具，有医师签名和定医疗机构盖章。

⑤ 定点零售药店严格规范管理进货渠道

⑥ 加强对定点零售药店处方外配服务和管理的监督检查

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	10月09日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第三章 设计药店营业场所</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 药店店面设计 60min 第二节 药店内部布局 55min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <p>1. 熟悉药店店面设计类型、药店出入口设计类型、橱窗设计类型、货架类型、柜台布局类型及照明类型等。</p> <p>2. 了解色彩，温、湿度，背景音乐，气味等在药店营业场所设计中的应用。</p> <p>技能目标：能进行招牌、橱窗、店内布局的设计。</p>						
重 点 及 难 点	<p>重点：药店店面设计要点、药店的空间布局</p> <p>难点：药店顾客流动线设计</p>						
作 业 或 复 习 题	<p>1. 简述药店营业场所设计的重要性？</p> <p>2. 简述影响药店营业场所设计的因素？</p>						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 药店店面设计</p> <p>一、药店店面设计的类型</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 现代风格和传统风格 2. 豪华型和简朴型 3. 规模大的和规模小的 <p>二、药店出入口设计</p> <p>(一) 药店出入口的类型</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 封闭型出入口 2. 半开型出入口 3. 开放型出入口 4. 出入分开型出入口 <p>(二) 药店出入口设计应注意的问题</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 要考虑行人流动线 2. 出入口指示要醒目 3. 要方便顾客出入 4. 门前地面的设计不要妨碍进出药店 5. 出入口大小要可调 6. 考虑日光照射和灰尘污染情况 <p>三、药店招牌设计</p> <p>(一) 药店招牌的命名</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 药店招牌的命名原则 <ol style="list-style-type: none"> ①易读、易记原则 ②暗示经营范围原则 ③启发联想原则 ④与标志物组合原则 ⑤受法律保护原则 2. 药店招牌命名的方法 <ol style="list-style-type: none"> ①以企业的名称命名 	<p>【课程思政案例】</p> <p>唯一提供手冲咖啡的药店——台中分子药局</p> <p>最近，台湾出了一家设计风格很抓眼球的药店“分子药局”。这家药局位于当地有名的豪宅聚集地、台中七期国家歌剧院商圈内，凭借着药店+咖啡厅+生活体验的混合模式迅速成了热议的话题。</p> <p>分子药局并不算是严格意义上的药房，台湾当地媒体称它是“健康选物店”。这里并不强调药店的专业性，它主张成为当地人们寻求健康休闲的新去处，提供更多的是咨询服务，而非专业的问诊服务。药局内配备了三名提供医疗咨</p>

<p>②以服务精神命名</p> <p>③以经营地点命名</p> <p>④以美好愿望命名</p> <p>⑤以花卉或动物名称命名</p> <p>(二) 药店招牌的制作与装置</p> <p>1. 药店招牌的类型</p> <p>标志杆招牌; 屋顶招牌; 翼招牌; 活动招牌; 壁上招牌; 其他招牌</p> <p>此外, 还可从样式上进行分类, 可分为文字型、文图型、形象型、照明型等。</p> <p>2. 药店招牌的位置与文字大小的关系</p> <p>3. 药店招牌的选材</p> <p>药店招牌的选材既要考虑其耐久性、耐污染性, 又要考虑它的质感性。</p> <p>4. 药店招牌的色彩</p> <p>招牌的底色, 则象征社会、公众、客户等。另外, 各种颜色对人的注意力会产生不同的影响</p> <p>四、药店橱窗设计</p> <p>(一) 橱窗设计考虑因素</p> <p>1. 考虑顾客的行走视线</p> <p>2. 橱窗和卖场要形成一个整体</p> <p>3. 要和卖场中的营销活动相呼应</p> <p>(二) 橱窗陈列设计类型</p> <p>根据药店的不同规模类型, 不同橱窗结构和不同商品特点, 采取不同的陈列宣传形式, 主要有以下几种。</p> <p>1. 特写陈列</p> <p>2. 系统陈列</p> <p>3. 综合陈列</p> <p>4. 季节陈列</p> <p>5. 专题式陈列</p>	<p>询、配药的药剂师, 一名提供健康美容咨询服务的美容保健师, 这些医师都是 80 后的年轻人, 主要负责提供健康生活指导。</p> <p>分子药局的设计, 以“绿色实验室”为概念, 打造了极具现代感的药局空间。整体挑高的空间, 四周用透明亚克力打造的货架, 货架后面则是用鹅卵石铺成的墙面, 有着粗砺的质感。包括保健食品、美容品, 以及洗发水、沐浴乳等身体护理用品, 它们全部清楚地陈列在货架上。</p> <p>【课程思政元素】“以人为本”、顾客至上的服务理念。</p>
--	---

（三）药店橱窗展示的要求

1. 橱窗的高度要适宜
2. 橱窗的设计要与整体相适应
3. 陈列内容要与实际一致
4. 商品陈列要表现诉求主题
5. 药品陈列要有丰满感
6. 商品陈列要艺术化
7. 商品陈列要生活化
8. 要保持橱窗的清洁
9. 及时更换过季的展品

第二节 药店内部布局

一、药店的空间布局

（一）药店的空间类型

- ①药品空间；指药品陈列的场所，摆放货架、柜台的空间。
- ②店员空间；指店员接待顾客和从事相关工作所需要的场所。
- ③顾客空间；指顾客参观、选择和购买药品的地方，以及顾客休闲的区域。

（二）药店空间格局的形态

1. 接触型药店
2. 封闭型药店
3. 环游型药店

二、药店顾客流动线设计

（一）顾客流动线的定义

顾客流动线是指店内顾客的流动方向。由于店内顾客的流动方向是被店方有计划地引导的，所以也把顾客流动路线称“客导线”。实质上顾客流动线就是药店通道，是顾客购物与药店服务员补货的必要通路。

（二）药店顾客流动线设计的原则

1. 方便顾客出入
2. 笔直平坦无障碍

3. 明亮清洁

4. “迂回曲折”，留住顾客

（三）顾客流动线的设置

1. 直线式通道

2. 斜线式通道

3. 曲线式通道

4. “回”字型通道

5. “口”字型通道

三、货架布局

（一）货架和柜台布局的原则

1. 合理性原则

2. 经济性原则

3. 合法性原则

（二）货架和柜台布局类型及特点

1. 格子式布局

2. 岛屿式布局

3. 自由流动式布局

（三）货架和柜台类型

①货架有不同的构造形式和规格，其设计既要讲究实用、牢固、灵便，便于营业操作，便于消费者参观，又要适应摆放各类药品的要求。

②柜台的高度一般为 80cm

③陈列展示台

四、药品类别面积与位置的配置

（一）药品类别面积的配置

每一地区消费者的收入水平、消费习惯和消费水平和疾病发病率都不尽相同，每个经营者必须根据自己所处区域的特点及竞争的状况作出药品面积配置的抉择。

（二）药品位置配置

药品位置的配置按消费者的购买习惯来确定较好，并且相

对地固定下来，方便消费者寻找。

处方药；感冒类和慢性病药品

从高度上来说

五、营业场所的内部辅助区域设计

（一）收银台的位置与设计

药店的收银台一般设在出入口处，由收银台在出入口处分隔成出入口通道。

（二）执业药师服务台的设计

药店应设立执业药师工作台，一般要求位置显著，有独立的区域空间。大型的药店，执业药师工作台最好能与处方药区域邻近。小型药店执业药师工作台可以与咨询务台并列设置。

（三）服务台与咨询导购台的设计

（四）存包处的设计

（五）健康服务区的设计

（六）诊所的设计

（七）行政办公区域与员工培训休息区的设计

（八）仓库的设计

（九）其他辅助区域的设计

药店环境设计

一、色彩

（一）色彩与顾客感受的关系

各种颜色给人不同的感觉：暖色给人温暖、快活的感觉；冷色给人以清凉、寒冷和沉静的感觉；暖色向外扩张，前移；冷色向内收缩，后退。红色、黄色、橙色给人们温暖的感觉，被认为是“暖色”；蓝色、绿色和紫色通常用来创造雅致、洁净的气氛，被认为是“冷色”。

（二）药店装饰用色的注意事项

1. 药店的色彩淡色调为主
2. 根据药店位置选择色彩
3. 避免大面积单纯用色

4. 色彩要随季节做适当的调整

5. 利用色彩影响顾客视觉

二、照明

灯光照明是药店的“软包装”，体现着药店在一定时期的经营理念，好的照明设计既可以向顾客传递信息，还可以增加药品的魅力，增强药店的气氛，吸引顾客注意，方便顾客浏览商品，激发顾客的购买欲望，促进消费。

（一）照明的类型与方式

1. 基本照明

2. 特殊照明

3. 装饰照明

①橱窗照明；②招牌照明；③外部装饰灯照明

（二）照明的光源位置与效果

1. 从斜上方照射的光这

2. 从正上方照射的光

3. 从正前方照射的光

4. 从正后方照射的光

5. 从正下方照射的光

（三）店内外照明的注意事项

1. 药店照明要重视亮度分布

2. 防止照明对药品的损害

3. 实施绿色照明工程

4. 灯光的选择要能画龙点睛

5. 选择灯光要恰当

6. 合理进行药店照明规划

三、温度和湿度应

一般应采用空气净化措施，加强通风系统的建设。还可采取紫外线灯光杀菌设施和空-气调节设备，用来改善药店内部的环境质量，为顾客提供舒适、清洁的购物环境。

四、声音

药店的背景音乐可以吸引顾客的注意，指导顾客选购药品，还可以营造特殊氛围，促进商品销售，因此药店都会进行背景音乐设计。

声音的种类可对药店的气氛产生积极的影响，也可以产生消极的影响。

音乐要让人觉得留连忘返。

五、气味

药店中的药味在空气中弥漫，能让人感觉到阵阵药香，但令人不愉悦的气味会驱顾客赶走，所以要尽量消除药店内的不良气味。

六、卫生条件

保持环境清洁、药品整洁，为顾客创造一个整洁的购买环境，是文明经商的要求。

作业：

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	10月16日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第四章 药品开办</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 药品的开办 75min 第二节 基本医疗保险定点零售药店的管理 45min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标</p> <p>1. 掌握开办药店所必须具备的条件。熟悉零售药店 GSP 认证的程序。</p> <p>2. 了解医保定点药店的要求与管理。</p> <p>技能目标:</p> <p>能独立进行药店开办的申报工作</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：开办药店所必须具备的条件</p>						
作 业 或 复 习 题	<p>简述开办零售药店的条件与程序。</p>						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 药店的开办</p> <p>一、申请开办药店的手续</p> <p>1. 开办药店的条件</p> <p>开办药品经营企业需要具备如下条件：</p> <p>①具有依法经过资格认定的药学技术人员；</p> <p>②具有与所经营药品相适应的营业场所、设备、仓储设施、卫生环境；</p> <p>③具有与所经营药品相适应的质量管理机构或人员；</p> <p>④具有保证所经营药品质量的规章制度。</p> <p>2. 开办药店的申报审批程序</p> <p>第一步：申请筹建</p> <p>第二步：申请《药品经营许可证》</p> <p>第三步：申请《营业执照》</p> <p>第四步：申请《药品经营质量管理规范》认证（GSP 认证）</p> <p>第五步：办理税务登记。</p> <p>第二节 基本医疗保险定点药店的管理</p> <p>1. 基本医疗保险定点药店的定义</p> <p>基本医疗保险定点零售药店是指经统筹地区劳动保障行政部门审查，并经社会保险经办机构确定的，为城镇职工基本医疗保险参保人员提供处方外配服务的零售药店。</p> <p>处方外配是指参保人员持定点医疗机构处方，在定点零售药购药的行为。</p> <p>2. 申报基本医疗保险定点药店的条件：</p> <p>①取得《药品经营许可证》、《营业执照》，达到国家《药品经营质量管理规范》的标准，获得 GSP 认证证书。</p> <p>⑤具有整洁的营业场所，营业用房使用面积在 60m² 以上，具与医疗保险经办机构微机联网的条件。</p> <p>⑥定点药店应配备 1 名以上专职执业药师，能保证营业时间</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>华东医药“健康医药馆”经营模式</p> <p>融入职业教育，引导学生根据自身特点和行业前景等制定职业规划，完善职业理想。华东医药在学习借鉴美国“walgreens”（沃尔格林）药品、食品连锁公司经营模式的基础上，在杭州市下城区率先推出“健康医药馆”经营模式。</p> <p>1. 根据顾客需求的变化，改变了以往家庭作坊式小药房的定位，在整洁的环境里为顾客提供质优价廉的药品和专业化服务。</p> <p>2. 扩大商品品类，从单一药品扩充至日用百货类商</p>

<p>至少有 1 名药师在岗，营业人员需经培训取得合格证书，并在执业药师或药师指导下提供服务。</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 基本医疗保险定点药店审查和确定的原则 4. 基本医疗保险定点药店的申请 5. 对基本医疗保险定点药店的管理 <ol style="list-style-type: none"> ① 社会保险经办机构要与定点零售药店签订有关协议 ② 定点零售药店应配备专（兼）职管理人员 ③ 定点零售药店应设立基本医疗保险用药专柜 ④ 外配处方必须由定点医疗机构医师开具，有医师签名和定点医疗机构盖章。 ⑤ 定点零售药店严格规范管理进货渠道 ⑥ 加强对定点零售药店处方外配服务和管理的监督检查 <p>作业：简述开办零售药店的条件与程序。</p>	<p>品。商品品类的扩大既方便了顾客，增强了实体门店的粘性，也使门店拥有了更多的销售机会。</p> <p>3. 将信息技术引入经营管理中，租用人造卫星将旗下所有药店进行联网，采用了最新的内部通信系统 Intercom Plus，使所有门店真正实现了资源共享，使药剂师能更快更好地为顾客提供服务。</p> <p>健康医药馆倡导“互联网+”思维，可提供线上线下一体化服务，切实体现互联网精髓——顾客至上，快速响应。</p> <p>【课程思政元素】 增强专业自信；培养创新创业能力</p>
---	--

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	10月23日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第五章 陈列药品</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 药品陈列基本知识 60min 第二节 药品陈列技术 40min 第三节 陈列药品的标调价及补上货管理 15min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握药品陈列的基本原则、技巧及调价操作注意事项。 2. 熟悉药品陈列的要求及补、上货操作。 3. 了解药品货位布局的原则、药品陈列的艺术。 <p>技能目标:</p> <p>能运用陈列技术进行药品的陈列。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点: 药品陈列的技巧</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 药品陈列的原则和要求? 2. 药品陈列的方式? 3. 药品陈列的技巧? 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 药品陈列基市知识</p> <p>一、陈列概述</p> <p>商品陈列是以商品为主题，利用各种商品固有的形状、色彩、性能，通过艺术造型，来展示商品，突出重点，反映特色引起顾客注意，提高顾客对商品的了解、记忆和信赖程度，从而最大限度地引起顾客的购买欲望。</p> <p>陈列作用：提升药店整体形象；方便顾客购买；诱发和引导顾客；促进销售，加速周转；体现管理水平</p> <p>二、有关药品陈列的管理制度</p> <p>②陈列药品货柜、橱窗应保持清洁和卫生，防止人为污染药品。</p> <p>③处方药不得开架陈列自选，非处方药可以采用开架陈列。</p> <p>④药品与非药品分开，处方药与非处方药分开，内服药与外用药分开，性能相互影响、易串味品种分开陈列；</p> <p>⑤药品分类陈列，必须有明显的标志。</p> <p>⑦陈列药品的质量和包装应符合规定，易串味药品应闭柜陈列，防止药品串味</p> <p>⑧拆零药品集中存放于拆零专柜</p> <p>⑨中药饮片装斗前应做质量复核，不得错斗、串斗、防止混药。</p> <p>三、药品陈列的点、线、面</p> <p>1. 陈列点</p> <p>又称为陈列位，即陈列的位置。只有将药品以适当的形式（考虑数量、价格、空间、组合方式）陈列在适当的位置，才能最大限度地提高销量，提升品牌。</p> <p>只有充分了解顾客心理，才能将适当的商品，以适当的数量与价格，在适当的时间里，陈列在适当的位置上，达到增加销量，扩大知名度的目的。</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>沃尔玛的陈列法则</p> <p>“好的陈列和差的陈列，对销售额的影响至少在百分之八十以上。”这便是众多厂家和商家极度重视产品陈列的原因。厂商总是不惜重金抢夺黄金上架区，卖场也总是将最好卖的产品放在最有利位置，但是每一个门店总有冷门和热门的区域，黄金货架也不是每一个品牌都可以上架的。如何在卖场的有限空间里使产品陈列做得更合理、更科学，增大销售机会？</p> <p>从沃尔玛的经验可知，门店某些商品的陈列组合依据消费者的购买习惯进行，这是一个</p>

<p>①传统非开架药店较好的陈列点</p> <p>②开放式药店超市里较好的陈列点</p> <p>2. 陈列线</p> <p>陈列线就是药品实物陈列和 POP 药盒陈列要形成一种线性关系，即有连续性，可以引导患者的购买行为。</p> <p>3. 陈列面</p> <p>陈列面是指面向消费者的药品的单侧外包装面，销售额可随着陈列面的增大而增加</p> <p>成功的陈列面都具备以下特点：</p> <p>①占据药店内的最吸引顾客的位置；②采用堆箱形式的陈列面的稳固性；③大多产品集中排列；④至少三个以上陈列面；</p> <p>第二节 药品陈列技术</p> <p>一、药品陈列的基本原则</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 药店布局、陈列必须符合 GSP 规定 2. 易见易取原则 3. 车满陈列原则 4. 先进先出原则 5. 关联性原则 6. 同一品牌垂直陈列原则 7. 主辅结合陈列原则 8. 季节性陈列原则 <p>二、药品陈列的一般方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 垂直陈列法 2. 沿墙陈列法 3. 中心陈列法 4. 集中陈列法 <p>三、药品陈列常用技巧</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 橱窗陈列 2. 专柜陈列 3. 利用柱子的主题式陈列 	<p>不错的方式。千差万别的消费者购买习惯其实是有规律的，关键是看能不能找到并善加利用，如果仔细观察会发现一个有趣的现象：门店靠近出入口的通道上，人流要比别的地方多，这是所有消费者在商场行走购物的规律。那么，可否根据这个习惯来陈列商品呢？</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>“顾客至上”的服务理念；创新创造的职业能力。</p>
--	--

4. 端架陈列
5. 分段陈列
6. 黄金位置陈列
7. 量感陈列
8. 质感陈列
9. 集中焦点陈列，
10. 突出陈列
11. 悬挂陈列

四、药品陈列的注意事项

1. 陈列要符合消费者的消费行为和消费习惯

易于被消费者所接受，符合消费者购买习惯，便于消费者接触和挑选，满足消费者求知、求美、求新、求变等心理要求，站在顾客立场上思考问题。

2. 做好短期促销的特殊陈列

第一，陈列要简单方便，不要过多地设置小道具；第二，留有足够的陈列空间；第三，在药品陈列时要配有足够的销售人员。

3. 药品开架销售陈列中需注意的问题

首先，卖场货架布局应合理；其次，合理安排店员的站位和数量；再次，配合制定相应的补货、点货措施；另外，采取高科技防盗手段；

4. 灵活运用 POP

在制作 POP 时应需要注意以下几点：第一，文字简洁明了，书写醒目、突出；第二，放置 POP 应不影响显示产品。；第三，经常更换 POP。

第三节 陈列药品的标调价及补上货管理

一、药品的标价卡管理

在购买药品时，绝大多数的顾客都会留意货架上的标价卡，它有助于顾客选购药品，同时也有利于门店工作人员快速补货。

通过改变标价卡的大小以及书写的方法和形式，可以使重点推荐的药品更为醒目，更能有效地传达商家的意图，能营造出一种更为浓厚的商业气息，能有效地促进产品的销售，提高销售业绩。

二、药品调价操作及注意事项

(一) 调价原因：内部原因；外部原因

(二) 调价操作

(三) 调价操作注意事项

1. 调价应注意的事项

①销售人员不得擅自调价；②正确预计商品的销量；③销售人员要做好商品标价的更换；④做好商品陈列位置的调整工作；⑤要随时检查商品在调价后的销售情况；

2. 调价时商品标价注意事项

商品价格调高时，则要将原价格标签去掉，重新价，以免顾客产生抗衡心理。商品价格调低时，可将新的标价打在原标价上。

3. 分析顾客和竞争对手的反应

企业对产品提价或降价，都必然影响购买者、竞争者、经销商和供应商

4. 注意竞争对手的调价

①维持价格

②保持价格不变，

③降价

④提价

三、药品补上货管理

(一) 门店补货业务流程

门店药品的来源主要通过外购或中心配送两种。采用何种进货方式，根据门店的性质决定。

(二) 具体操作及注意事项

1. 下单与出库

药品出库时，要着重规范以下几个方面：

①药品出库应遵循“先产先出”、“近期先出”和按批号发货的原则。

②药品出库时，应按发货或配送凭证对实物进行质量检查和数量、项目的核对；

③药品批发企业在药品出库复核时，必须做好药品质量跟踪记录，

④不能出库发货的情况；

⑤商品出库要及时、准确，出库工作尽量要一次完成，防止差错，并且注意搬运、装卸药品时应轻拿轻放。

2. 验收与入库

①验收时所遵循的抽样原则

②药品验收的内容

药品零售连锁门店，可简化验收程序；

贵重的中药材或中药饮片；

中药材、饮片；

进口药品；

验收合格的药品，由验收人员按送货凭证所列品名、规格、数量进行核对，清点后交营业员完成打价、上架等作业。

3. 理货与上架

①药品的理货

理货时应做到：

①须检查商品包装（尤其是复合包装）、条形码是否完好、缺条形码则迅速补贴，破包装要及时修复；

②做到非销售单位、非销售包装的商品不得零星停留在销售区域；

③必须将不同货号的货物分开，并与其价格标签的位置一一对应；

④理货最好在每日销售高峰期之前和之后进行；

⑤理货商品的先后次序一般是促销商品斗主力商品斗易

混乱商品叶一般商品。

(2 药品的上架

上架操作是指将检查过的商品补充到陈列药品的货架上的操作。

上架操作应做到:

①力争做到当日来货当日上架;

②上架时注意保护商品和设备安全;

③每一个商品有其固定的陈列位置时;

⑦上完架的纸箱应拆开叠放整齐后放于指定地点, 严禁随意乱丢乱放等;

⑨注意标价签的配置到位;

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	10月30日
	课时		3				
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第六章 药品盘点</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 概述 20min</p> <p style="padding-left: 40px;">第二节 盘点前准备 30min</p> <p style="padding-left: 40px;">第三节 盘点操作 65min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握门店盘点操作前准备工作及盘点的具体操作方法。 2. 熟悉盘点操作原则及盘点注意事项。 3. 了解门店员应具备的基本素质、药品销售的基本步骤。 <p>技能目标:</p> <p>能运用盘点技术按要求完成盘点工作。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：盘点的具体操作方法</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 药品盘点的含义和意义？ 2. 药品盘点的工作流程？ 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 概述</p> <p>一、盘点的含义与目的</p> <p>1. 盘点的含义</p> <p>盘点是指定期或不定期地对店内的商品进行全部或部分的清点，以确定该期间实际库存和差异，从而掌握该期间内的实际损耗，它是考核商品定额执行情况的重要依据。</p> <p>2. 盘点的目的</p> <p>①掌握与控制库存</p> <p>②了解店面商品的损溢状况</p> <p>③商品结构的调整</p> <p>④了解商品效期情况</p> <p>⑤根据盘点情况，加强管理</p> <p>⑥了解目前商品的存放位置，整理环境并清除死角。</p> <p>二、盘点的原则</p> <p>一般来说商品盘点应遵循以下原则。</p> <p>真实；准确；完整；清楚；团队精神</p> <p>三、盘点常用方法</p> <p>盘点按盘物或盘账来分，可以分为实物盘点和账面盘点；按盘点区域区分，可以分为全面盘点和区域盘点；按盘点时间段来分，又可分为营业中盘点、营业前（后）盘点、停业盘点；按盘点周期来分，可分为定期盘点和不定期盘点；盘点也可以采用自动方式盘点。</p> <p>第二节 盘点前准备</p> <p>一、人员准备</p> <p>二、单据准备</p> <p>三、环境整理</p> <p>四、药品整理</p> <p>操作过程应注意以下几点：</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>药品过期还在销售</p> <p>2021年6月16日，修水县市场监督管理局执法人员对位于辖区内渣津镇的一家大药房进行监督检查，发现该药房货架上摆放的3盒名为“马来酸依那普利胶囊”的药品已超有效期（有效期至2021-03-07），货值总计金额48元，违法所得0元。县市监局认为，该大药房的上述行为属销售劣药行为，考虑到药房违法行为轻微，社会危害性较小，属于减轻行政处罚的对象，遂对该药店作出如下行政处罚：1. 责令立即改正违法行为；2. 没收违法销售的</p>

<p>①堆头是指没有放置在货架上单独存放的货品垛，是盘点工作容易忽略、遗忘混淆的货品。</p> <p>②注意每一种商品是否混杂了其他商品。</p> <p>③商品整齐陈列时，要确保货架后排的商品不被前排的商品所遮挡或掉落到货架后面而未计数，避免遗漏商品，造成漏盘。</p> <p>④要注意是否每箱都是满的，把空箱子拿掉，不满的箱子里放满；把小箱子放到大箱子前面，以免被挡住而漏计数。</p> <p>⑤一般在盘点前两小时对商品进行最后的整理，陈列在货架上的商品顺序是绝对不能改变的。</p> <p>五、工具准备</p> <p>六、盘点表准备</p> <p>第三节 盘点操作</p> <p>一、盘点的一般操作流程</p> <p>二、盘点的作业流程管理</p> <p>①盘点制度由连锁总部统一制定，</p> <p>②组织落实包括：</p> <p>③盘点作业要划分区域，落实到人；</p> <p>④盘点前准备：</p> <p>⑤盘点作业：</p> <p>三、盘点的具体操作方法</p> <p>盘点作业可分为三种，初点作业、复点作业及抽点作业。</p> <p>盘点操作最好是两人一组，一人负责清点，一人负责记录，由初点人和复点人配合完成。在实施盘点时，应按照负责的区位，按商品货架顺序，逐架逐排依序由上至下，由左至右，由前至后进行盘点。</p> <p>1. 初点作业（初盘）</p> <p>2. 复点作业（复盘）</p> <p>3. 抽点作业（抽盘）</p> <p>四、盘点过程中注意事项</p>	<p>劣药马来酸依那普利胶囊 3 瓶；3. 处罚款 30,000 元。</p> <p>经多次催告，该药房仍未履行上述义务，县市监局遂向修水法院提出强制执行申请，申请对该大药房未缴纳的罚没款 30,000 元及因逾期未缴纳罚款依法加处的罚款 30,000 元予以强制执行。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>过期药品严重危害人民群众生命健康。提高学生的职业道德和岗位责任感。</p>
--	---

①对已完成货架编号定位的药品不可再随便移动。

②在盘点商品时，要求盘点人员在心理上应同处理现金般谨慎行事。

③盘点时应顺便检查商品的有效期，过期商品应随即取下，并做记录。素

④盘点不同特性的商品时，应注意计量单位的不同。

⑤每一货架盘点后在合计与单位的空白栏间，从右上至左下划斜线，并在抽点栏签名，以发挥确实核对的作用。

⑥盘点单上的数据应填写清楚

第四节 盘后工作

一 整理盘点资料

1. 盘点负责人负责盘点表的回收工作
2. 将盘点结果录入电脑
3. 根据盘点结果实施奖惩措施

二、有效期药品及滞销药品处理

1. 有效期药品的管理

①药品有效期的标示与识别

②有效期药品的预警

①检查和记录；

②有效期药品的销售和处理；

③预防措施；

④准过期商品的处理；

⑤对已过期失效的药品处理

2. 滞销药品的处理

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	11月06日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第七章 接待顾客（一）</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 接待顾客 65min 第二节 推介药品（一） 50min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <p>1. 熟悉接近顾客的时机方法。</p> <p>2. 了解门店员工应具备的基本素质、药品销售的基本步骤。</p> <p>技能目标:</p> <p>能运用技巧促进药品的销售，会正确处理销售过程中的异议。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：药品销售的方法和促进药品销售的技巧。</p>						
作 业 或 复 习 题	<p>1. 简述药店接待顾客的规范要求？</p> <p>2. 简述药品销售中接近顾客方法？</p>						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 接待顾客</p> <p>一、门店员工的服务原则</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 热情的原则 2. 符合顾客愿望的原则 3. 一视同仁的原则 4. 讲求服务质量的原则 <p>二、门店员工的服务内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 售前准备工作 <p>上岗人员准时到岗，穿好工作服，佩戴工作牌。做好营业准备工作。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 售中接待要求 <ol style="list-style-type: none"> ①掌握与顾客打招呼的时机 ②正确展示商品 ③正确介绍商品 ④包扎商品 ⑤收款开票 ⑥送别顾客 <ol style="list-style-type: none"> 3. 售后服务 <p style="padding-left: 2em;">药品销售之后的服务应包括疗效评定、药物不良反应监测、病人健康档案建立与评价、服药期间的问题解答等。</p> <p>三、门店员工的服务礼仪</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 仪容仪表 <p style="padding-left: 2em;">店员的仪容仪表要求为：①精神饱满，精力充沛；②着装规范；③统一佩带工号牌；④保持个人清洁卫生；</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 行为举止 <p style="padding-left: 2em;">门店工作人员在工作中要做到：</p> <ol style="list-style-type: none"> ①固守规定岗位，以正确的姿势站立； ②面向顾客，面带微笑，端庄大方，举止稳重； 	<p>【课程思政导入】</p> <p>通过授课和实践，使学生具备药品销售和顾客服务的知识和能力。</p>

③不背对顾客，不背靠货架，不坐在商品上，不把靠在柜台上；

④商品轻拿轻放，顾客正在看货时，切勿从中穿过。

3. 服务纪律

①不迟到、不早退，不得擅自离开工作岗位，有事应事先请假；

②不在工作时间聚众聊天、嘻笑打闹、阅读报刊和因私事会客长谈；

③礼貌用语，不说服务忌语，不与顾客顶嘴吵架；

④不在工作时间干私活，吃零食，在柜台服务时严禁吸烟；

⑤不以结账、点货、制表等内部工作为由怠慢顾客；

⑥不动用和侵占顾客遗留物品；

⑦不私自动用商品和挪用货款；

⑧不玩忽职守、假公济私和泄漏企业经济秘密。

4. 语言要求

①讲求顺序和逻辑性，清晰、准确地表达意思；

②突出重点和要点，以引起顾客的兴趣和注意；

③不讲多余的话，店员的语言必须服从顾客的购买行动；

④不夸大其辞，诚恳客观地介绍推荐；

⑤因人而异，根据接待对象不同，选择不同的表达方式和技巧；

⑥讲普通话，不能对顾客讲方言土语；

⑦避免使用命令式，多用请示式。

四、接待服务的标准话语

1. 顾客进店时标准话语

2. 顾客不需要协助时的标准话语

3. 主动向有需要的顾客提供协助的标准话语

4. 顾客指明需要某种商品时的标准话语

5. 顾客所需商品缺货时的标准话语

6. 主动帮助手持大量物品的顾客的标准话语

【课程思政案例】

某药房在西药组展示柜摆放某抗感冒药大型包装盒及其名为“卡通胶囊先生”的跳跳卡。当顾客走到店门口，透过明亮的玻璃就已经清楚地看到并做出决定。结果，在20天时间里，该药大约多销售了200盒。在抗感冒药货架前面的低柜里摆放着各祛火药，店员在出售抗感冒药时总会顺便询问顾客是否有嗓子痛等症状，要不要服一些含片等，经常会收到意想不到的效果。

【课程思政元素】

通过授课和实践，使学生具备药品销售和顾客服务的知识和能力。

7. 顾客咨询专业问题，没有把握回答时的标准话语

五、接待顾客的技巧

1. 研究心理，区别接待

- ①接待理智型顾客
- ②接待习惯型顾客
- ③接待经济型顾客
- ④接待冲动型顾客
- ⑤接待活泼型顾客
- ⑥接待不定型（犹豫型）顾客

2. 营业繁忙，有序接待

- ①按先后次序，依次接待
- ②灵活运用“四先四后”的原则

“四先四后”的原则是：先易后难，先简后繁，先急后缓，先特殊后一般。

③“接一顾二招呼三”和交叉售货穿插进行

④眼观六路，耳听八方

3. 特殊情况，特殊接待

- ①接待代人购买药品的顾客
- ②接待老、幼、病、残、孕顾客
- ③接待结伴而来意见又不一致的顾客

六、门店优质服务

1. 接待顾客的“六个一服务工程”

- 一身标准工服；
- 一个灿烂微笑；
- 一句亲切问候；
- 一口专业术语；
- 一声电话回访；
- 一本健康档案；

2. 让顾客满意的“5S”原则

速度（speed）—物理上的速度。

微笑 (smile) ——健康、体贴、心灵上的宽容。

诚意 (sincerity) ——人与人之间不可缺的润滑剂、一切事物的基本。

机敏 (smart) ——敏捷、漂亮的接待方式，充分的准备及认识

研究 (study) ——研究顾客心理、接待技术，研究商品知识。

3. 接待顾客的“五声”

①顾客进店有招呼声；②挑选商品有介绍声；③提出问题有解答声；④收款找零有交待声；⑤顾客离开有道别声。

4. 接待顾客的语言“三要素”

注意语言艺术，掌握语言准确规范，语气柔和健康，语音大小适中。

5. 接待顾客的“三不计较”

顾客语言轻重不计较，顾客多挑多选不计较，顾客态度好坏不计较。

6. 接待顾客的“四先四后”

先易后难，先简后繁，先急后缓，先特殊后一般。

7. 接待顾客技巧

招待新顾客，注意礼貌。

招待老顾客，注重热情。

招待急顾客，注意迅速。

招待精顾客，注重耐心。

8. 接待老、弱、病、残、孕顾客的原则

应主动、热情、优先接待，绝不允许有丝毫的怠慢与歧视。

第二节 推介药品

一、店员必备的知识与技能

疾病及治疗的基本常识、药品性能及适用范围、药品的使用方法及注意事项等，显然是药店营业员必须掌握的基本知识，也是药店营业员与其他门店营业员的重要区别点。

（一）对待问询顾客（病人）的谈话技巧

在药店的销售中，营业员的望与问也会对顾客的购药意向产生较大的影响。

（二）各类人群的用药指引

1. 女性顾客的购药指引

营业员如果能接待好女性顾客，则能把销售范围扩大到“半边天”之外，因她们不仅为自己购药，还经常要为孩子买药。

女性顾客购买较多的是妇科用药和儿科用药。

接待前来买药的妊娠女性或哺乳期妇女更应慎重

对中老年女性购妇科药者，应视其经济情况，帮助其选用对症的药品。

2. 男性顾客的购药指引

男性顾客一般为对症购药的理性人群，他们买药的特点的快、准，不问价格；

一是不要介绍的药；第二种方式是尽量不推荐的药。

3. 老年人的用药指引及注意事项

①推荐老年人用药需要慎重

②老年人用药注意事项

③老年人用药注意点

①用毒性低的杀菌剂

②剂量宜低

③忌滥用解热镇痛药

④老年人服药有三忌

①忌大量服泻药

②忌随便服用安眠药

③忌滥用抗生素

4. 儿童用药指引

小儿肝、肾功能尚不成熟，肝脏解毒功能弱，肾脏的排毒功能也差，在药物使用上，小婴儿不同于年长儿，儿童更不同于成年人。

小儿对药物的反应、代谢、药物作用的靶器官、副作用、对药物的耐受性等等都有其特点。

二、顾客的类型与识别

（一）根据消费者进店的意图来分

一是有明确购买目标的全确定型顾客；

二是有一定购买目标的半确定型顾客；

三是难为情者；

四是以闲逛为目的的随意型消费者；

（二）根据消费者的行为类型来分

习惯型；理智型；冲动型；经济型；想象型

（三）不同年龄顾客的购买心理特点

①少年儿童的购买心理特点：

②青年的购买心理特点：

③中年的购买心理特点：

④老年的购买心理特点：

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	11月13日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第七章 接待顾客（二）</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第二节 推介药品（二）50min 第三节 顾客异议处理 65min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <p>1. 掌握药品销售的方法和促进药品销售的技巧。</p> <p>2. 熟悉接近顾客的时机和处理顾客异议的方法。</p> <p>技能目标:</p> <p>能运用技巧促进药品的销售，会正确处理销售过程中的异议。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：药品销售的方法和促进药品销售的技巧。</p>						
作 业 或 复 习 题	<p>1. 药店促销概念？</p> <p>2. 药品促销的作用？</p> <p>3. 顾客异议类型与处理方法？</p>						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>三、门店销售的基本步骤、方法与技巧</p> <p>(一) 等待</p> <p>店员必须遵循以下几个原则:</p> <p>①店员应站在规定的位置上;</p> <p>②要以良好的态度迎接顾客;</p> <p>③在天气不好或其他原因引致顾客稀少的时候;</p> <p>④店员应该时时把顾客放在第一位;</p> <p>(二) 观察与接近</p> <p>1. 观察</p> <p>对于全确定性顾客</p> <p>对于顾客提出的购买要求</p> <p>对于主动开口询问的半确定型顾客</p> <p>对于难为情的顾客</p> <p>对于随意浏览的顾客</p> <p>2. 择机接近</p> <p>①当顾客的视线与店员相遇时;</p> <p>②当顾客花较长的时间去观察特定的商品;</p> <p>③当顾客用手去触摸商品时,</p> <p>④当顾客观品一段时间后抬起头来;</p> <p>⑤当顾客表现出寻找商品的状态时;</p> <p>⑥当顾客顺路经过, 看到货架、柜台或橱窗里的商品停下来时;</p> <p>3. 与顾客保持适当的距离</p> <p>(三) 推介、展示和说明</p> <p>1. 推介药品的基本原则</p> <p>①对症售药原则</p> <p>②销售药品效用原则</p> <p>③勇于承担责任原则</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>某药房在西药组展示柜摆放某抗感冒药大型包装盒及其名为“卡通胶囊先生”的跳跳卡。当顾客走到店门口, 透过明亮的玻璃就已经清楚地看到并做出决定。结果, 在 20 天时间里, 该药大约多销售了 200 盒。在抗感冒药货架前面的低柜里摆放着各祛火药, 店员在出售抗感冒药时总会顺便问询顾客是否有嗓子痛等症状, 要不要服一些含片等, 经常会收到意想不到的效果。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>通过授课和实践, 使学生具备药品销售和顾客服务的知识和能力。</p>

④诚信为本的原则

⑤尊重客户的原则

另外，为了适应顾客自尊心的要求，应对同类药品从低价至高价进行推介，同时应该熟悉各种药品的功效及适用人群，以便向顾客进行介绍。

2. 药品介绍过程

药品推介的主要内容可概括为：“FAB”即特征(feature)、优点(advantage)、利益(benefit)。

①将产品特征详细地介绍给顾客

②充分分析产品的优点

③尽数产品给顾客带来的利益

另外，门店员工还应以“证据”说服顾客。

3. 药品介绍的方法

营业员要做到“一懂”、“四会”、“八知道”；

①一般药品的介绍

①侧重介绍药品的成分、性能

②侧重介绍药品的质量特点

③侧重介绍名牌产品的特点

④侧重介绍药品的作用特点

②新上市药品的介绍

③进口药品的介绍

④代用药品的介绍

⑤滞销商品的介绍

4. 药品推介中常用的技巧

①激将法

②行动法

③机会不再法

④以退为进法

⑤恐吓法

⑥深度促销法

⑦免费试用

⑧强化大周期概念

(四) 诱导劝说

所谓诱导是指营业员针对顾客购买主导动机指向，运用各种方法和手段，向顾客提供商品信息资料，对商品进行说明，使顾客购买动机得到强化，对该商品产生喜欢倾向，进而采取购买行为的过程。

证明性诱导：包括实证诱导、证据诱导和论证诱导。

转化性诱导：常用的转化性诱导方法：一是先肯定再陈述；二是询问法；三是转移法；四是拖延法；

建议性诱导：指在证明性诱导或转化性诱导成功后，不失时机地向顾客提出购买建议，抓住时机推介代用性或连带性商品，以达到扩大销售的目的。

(五) 成交

1. 成交信号的识别

- ①顾客不再提问，进行思考时。
- ②话题集中在某个产品上时。
- ③顾客征求同伴意见时。
- ④顾客不断点头对促销员的话表示同意时。
- ⑤顾客关心药品售后服务问题时。

2. 促进购买的方法

以下是几种促使顾客购买的常用办法：①将介绍的药品逐渐集中在两三个品种上，而把其他的都收回去；②使用二选一法；③要注意观察，确定顾客所喜欢的品种；④使用动作法；⑤使用感情术法；⑥强调机会不多法；

3. 成交注意事项

①切忌强迫顾客购买；②切忌表示不耐烦：你到底买不买？③必须大胆提出成交要求；④注意成交信号，切勿错过；⑤进行交易，干脆快捷，切勿拖延。

(六) 附加推销

一是当顾客不一定立即购买某种药品时，可尝试推荐其他相关产品，令顾客感兴趣并留下良好的专业服务印象；二是当顾客完成购物后，尝试推荐与之相关的产品，引导顾客消费。

（七）安排付款

销售人员必须做到以下几点：①告诉顾客药品的价格和购物的总值；②给顾客开具销售小票；③向顾客指示收款台的位置，指引顾客到付款柜台付款，并交代付款后再回来取药品。

（八）结束送客

顾客付完款后，销售人员应该展示产品给顾客核对，并逐一交代用法、用量及注意事项。

最后，应当双目注视着顾客，有礼貌地向顾客道别；

第三节 处理异议

一、概述

1. 顾客异议的含义

顾客异议又称为推销障碍，是指推销过程中顾客的异议与看法对推销工作产生的各种阻力和障碍。

2. 顾客异议的分类

①需求异议

②价格异议

③信誉异议

④服务异议

⑤竞争异议

3. 顾客异议的成因分析

①原有信息的影响

②对销售人员不信任

③自己缺乏自信

④期望没得到满足

⑤提供的信息量不足

⑥顾客没有诚意购买

二、处理异议的基本原则

【课程思政案例】

“晨光酸牛奶中有苍蝇”的顾客投诉处理案例

2001年某日，在某购物广场，顾客服务中心接到一起顾客投诉，顾客说从我商场购买的“晨光”酸牛奶中喝出了苍蝇。投诉的内容大致是：顾客李小姐从我商场购买了晨光酸牛奶后，马上去一家餐

<p>(一) 心态调整</p> <p>处理顾客异议首先应从调整心态开始。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 顾客异议是正常现象 2. 顾客有提出异议的权利 3. 有异议的顾客往往是潜在的顾客 <p>(二) 处理原则</p> <p>真正的推销员，应该能够妥善处理各种顾客异议，一旦出现异议，应首先从自身找原因，并坚持以下原则。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 事前准备 2. 选择恰当时机 3. 正视顾客异议 4. 不与顾客争辩 <p>(三) 基本策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 倾听 2. 放松情绪，真诚沟通 3. 审慎回答，保持友善 <p>三、处理异议常用的方法和技巧</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “是”，“但是”法 2. “高视角，全方位法” 3. 问题引导法 4. 示范法 5. 介绍他人体会法 6. 展示流行法 7. 直接否定法 <p>四、常见错误行为</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 争辩 2. 表示不屑 3. 不置可否 4. 显示悲观或哀求 5. 讲竞争对手坏话 	<p>馆吃饭，吃完饭李小姐随手拿出酸牛奶让自己的孩子喝，自己则在一边跟朋友聊天，突然听见孩子大叫：“妈妈，这里有苍蝇。”，李小姐寻声望去，看见小孩喝的酸牛奶盒里(当时酸奶盒已被孩子用手撕开)有只苍蝇。李小姐当时火冒三丈，带着小孩来商场投诉。正在这时，有位值班经理看见便走过来说：“你既然说有问题，那就带小孩去医院，有问题我们负责!”顾客听到后，更是火上加油，大声喊：“你负责?好，现在我让你去吃10只苍蝇，我带你去医院检查，我来负责好不好?”边说边在商场里大喊大叫，并口口声声说要去“消协”投诉，引起了</p>
---	---

<p>6. 答案不统一</p> <p>五、典型异议处理</p> <p>(一) 价格异议的处理</p> <p>1. 价格异议的成因</p> <p>①顾客将产品与其他同类产品的价格进行对比而得出该产品价格过高的结论;</p> <p>②顾客的收入水平与产品价格差异较大;</p> <p>③顾客根据心理定势,都要“砍”一下成交才不吃亏;</p> <p>④对推销的产品总体评价不满意,不便说出它的不好,便以价格为借口推诿;</p> <p>⑤顾客(中间商)想以更低的价格战胜竞争对手,或者为追求利润而不愿经营低价产品;⑥顾客把销售人员的让步看作是自己谈判水平的象征,以此来显示自己的身份和能力。</p> <p>2. 价格异议的处理方法</p> <p>①强化价值观念,</p> <p>②强调自身优势</p> <p>③解释相对价格</p> <p>④延缓价格的讨论,适当隔离</p> <p>⑤适当让步</p> <p>(二) 质量异议的处理</p> <p>1. 质量异议的成因分析</p> <p>①商品不好确实存在(或曾经出现过)问题;</p> <p>②因为是新产品或新药,顾客因缺乏了解而对其质量提出怀疑;</p> <p>③药品的副作用较大,顾客难以接受;</p> <p>④因心理定势,认为低价药品质量上难以保证。</p> <p>2. 质量异议的处理方法</p> <p>①推销员要深爱自己的产品,充分挖掘产品的优势</p> <p>②肯定顾客的异议</p> <p>①因药品价格过低而怀疑药品质量:</p>	<p>许多顾客围观。</p> <p>该购物广场顾客服务中心负责人听到后马上前来处理,赶快让那位值班经理离开,又把顾客请到办公室交谈,一边道歉一边耐心地询问了事情的经过。</p> <p>【课程思政元素】 通过授课和实践,使学生具备处理各种顾客投诉方面的知识和能力。</p>
--	--

②因药品曾发生的质量问题提出疑问:

③因心理定势提出的质量异议:

③巧用道具

(三) 服务异议的处理

1. 服务异议的成因分析

①宣传力度不够 销售

②因噎废食 指在

③无中生有 顾

④推销人员所代表的企业在服务方面确实存在问题。

2. 服务异议的处理方法

①真诚道歉

②积极纠正和有效预防

③加大宣传力度

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	11月20日
			课时		3		
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第八章 药店收银作业及财务单据管理</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 药店收银的概述 30min</p> <p style="padding-left: 40px;">第二节 药店收银作业的流程和差错管理规范 45min</p> <p style="padding-left: 40px;">第三节 药店收银 POS 系统（20 课时）</p> <p style="padding-left: 40px;">第四节 财务单据管理（20 课时）</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握药店收银的作业流程、, 差错规范管理及财务单据的填写。 2. 熟悉药店收银员的工作职责。 3. 了解 POS 收银系统。 <p>技能目标:</p> <p>熟悉收银操作, 学会财务单据的填写及人民币的识别。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点: 药店收银的作业流程</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 简述药店收银作业的流程? 2. 简述发票的填写要求 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 药店收银的概述</p> <p>一、药店收银员的概念</p> <p>药店收银员是指操作收银机、银行卡设备，从事收取现金、支票、信用卡，为顾客开具销售单据和发票，并对本部门销售收入进行核算的人员。</p> <p>二、药店收银员的工作职责</p> <p>①每天上岗后做好收款前的各项准备工作。</p> <p>②严格遵守收缴款制度，准确无误地进行收缴款工作。</p> <p>③负责前台票据信息的录入和门店销售核算，保证数据准确的处理与传输。</p> <p>④唱收唱付，负责提醒顾客携带购物凭证。</p> <p>⑤严格现金管理制度，收银员不得私自结算自己的收款单。</p> <p>⑥不得无故脱岗、串岗。</p> <p>⑦负责收银机器及相关台面的清洁、维护工作。</p> <p>三、药店收银员必备的知识与技能</p> <p>（一）点钞技术</p> <p>点钞是一个从拆把开始到扎把为止的连续、完整过程。点钞分为手工点钞和机器点钞。</p> <p>1. 手工点钞</p> <p>手工点钞一般包括拆把持钞、清点、记数、墩齐、扎把、盖章等环节。</p> <p>①拆把持钞</p> <p>②清点</p> <p>③记数</p> <p>④墩齐</p> <p>⑤扎紧</p> <p>⑥盖章</p> <p>2. 手持式点钞法</p>	

<p>①手持式单指单张点钞 ②手持式一指多张点钞 ③手持式四指拨动点钞 ④手持式五指拨动点钞</p> <p>3. 机器点钞 机器点钞容易发生的差错和防止方法 ①接钞台留张；②机器“吃钞”；③多计数；④计数不准</p> <p>(二) 验钞技术</p> <p>1. 看 ①看水印；②看安全线；③看光变油墨；④看票面图案是否清晰，色彩是否鲜艳，对接图案是否可以对接上；⑤用5倍以上放大镜观察票面，看图案线条、缩微文字是否清晰干净。</p> <p>2. 摸 ①摸人像、盲文点、中国人民银行行名等处是否有凹凸感。 ②摸纸币是否薄厚适中，挺括度好。</p> <p>3. 听 即通过抖动钞票使其发出声响，根据声音来分辨人民币真伪；</p> <p>4. 测 即借助一些简单的工具和专用的仪器来分辨人民币真伪；假币一般具有以下特征： ①纸张；②水印；③印刷；④安全线；⑤阴阳互补对印图案；⑥胶印缩微文字、凹印缩微文字模糊不清；⑦无隐形面额数字，光变油墨面额数字不变色；⑧无色荧光油墨印刷图案；⑨无无色荧光纤维，横竖双号码中的黑色部分无磁性。</p> <p>(三) 销售货款结算知识</p> <p>1. 现金结算 2. 医保刷卡结算 3. 银联储蓄卡结算 4. 信用卡结算</p>	<p>【课程思政案例】 收错钱的收银员 有位顾客向新天地客服台反应中原店收银员连续2次收错钱，强烈建议公司加强收银员的专业培训。客服人员向该店店长反应了此事，店长立即对此事进行了调查，了解事情的经过如下：10月11日，当班收银员S，顾客在结账时收银员问是否刷会员卡，但是顾客让先扫码，结完账后顾客对价格有异议，收银员重新核实了价格，发现有1个商品会员价未生效，当时给予了重新结账处理。</p> <p>【课程思政元素】 具备良好的岗位工作规范、认真负责</p>
--	---

<p>5. 支票结算</p> <p>6. 代金券</p> <p>(四) 商品的条形码知识</p> <p>条形码是将表示一定信息的字符代码转换成一组黑白(或彩色)相间的平行线条,按一定的规则排列组合而成的特殊图形符号(英文叫 Bar Code)。</p> <p>我国使用 EAN 系统。EAN 条码是国际物品编码协会(EAN)推出的一种国际通用的商品条形码,主要用于超市或一些自动销售系统的单件商品。</p> <p>标准版表示 13 位数字;缩短版表示 8 位数字;</p> <p>EAN 码由前缀码、厂商识别码、商品项目代码和校验码组成。前缀码是国际 EAN 组织标识各会员组织的代码,我国为 690、691 和 692;厂商代码是 EAN 编码组在 EAN 分配的前缀码的基础上分配给厂商的代码;商品项目代码由厂商自行编码;校验 EAN-13 条码的前 2 位或前 3 位数字为国别代码(也称做前缀码):国别码后的</p> <p>(五) 会员卡的办理与录入</p> <p>(六) 顾客投诉的处理</p> <p>第二节 药店收银作业的流程和差错管理规范</p> <p>一、药店收银作业的流程</p> <p>(一) 营业前</p> <p>① 收银员穿工作服,并检查服装是否干净、整齐,是否佩戴员工卡;发型、仪容应整齐、清洁。</p> <p>② 收银员进入收银区并整理、打扫收银台。</p> <p>③ 准备好收银必备用具</p> <p>④ 收银员上岗前要了解当日促销活动、价格变动及特价商品。</p> <p>⑤ 按顺序逐个开机,检查机器设备运转是否正常</p> <p>⑥ 输入收银员工号,检查工号与日期是否正确。打开收银通道。</p>	<p>的职业精神、遵纪守法的工作态度。</p> <p>【课程思政导入】</p> <p>具备良好的岗位工作规范、认真负责的职业精神、遵纪守法的工作态度。</p>
---	--

（二）营业中

1. 收银操作步骤

- ① 欢迎顾客
- ② 用条形码扫描器输入商品资料
- ③ 商品结算
- ④ 商品装袋
- ⑤ 欢送顾客

2. 收银作业注意事项

- ① 收银员在交易前应认真核对
- ② 每笔交易必须做到唱报、唱收、唱付
- ③ 检查顾客支付的钞票
- ⑧ 收银员不可离开收银区域

3. 收银服务标准话语

- ① 唱会员卡
- ② 将货品信息输入 POS 机
- ③ 唱促销内容
- ④ 唱报
- ⑤ 唱收
- ⑥ 唱付
- ⑦ 将商品交给顾客，道谢道别。

（三）交接班或营业后作业

1. 交接班

- ① 早班交接班应在收银台展示“暂停收银”的指示牌，晚班交接班应在所有顾客离开营业厅后进行。
- ② 收银员交接班一般应在当班负责人的监督下进行；
- ③ 由当班负责人打印解款小票，与收银员一起清点现金；
- ④ 与解款小票核对，出现长、短款，按公司相关规定处理。
- ⑤ 与解款小票核对无误的，早班营业款按公司规定交财务；晚班营业款和备金由当班负责人存入保险箱。
- ⑥ 所有促销、优惠或会员兑换的各种形式的代金券（礼券、兑

换券等)必须按规定装订成册,交财务审核。

2. 营业后作业

① 结算营业总额

② 关闭收款机

③ 协助现场人员处理善后工作

(四) 存款或交款

由于各医药连锁企业或门店的情况与规章制度不一样,所以,交款或存款的流程也不完全相同;严禁营业款、备用金在收银员或其他相关人员个人手中滞留或挪用。

(五) 返单与交单

(六) 特殊情况处理

① 如有特殊情况未能按时存入银行,应及时报告公司财务部。

② 当遇顾客使用支票时;

③ 当收银机发生故障或停电时;

④ 不能多收顾客的购物款项;

⑥ 遇节假日;

二、收银差错的管理规范

1. 顾客携带现金不足或临时退货的处理

2. 结账错误的处理

3. 结算作废的处理

4. 营业收入收付错误的处理

第三节 药店收银 POS 系统

一、POS 系统的概念

POS 系统 (point of sales), 即点销售管理系统, 指通过销售点的条码扫描技术对销售数据实时输入、跟踪、处理, 并根据这些数据对销售动态进行分析, 从而为商品的补货及管理提供信息依据的管理系统。

二、POS 系统收银操作步骤

① 开机; ② 登录; ③ 输入交易明细; ④ 交易开票; ⑤ 退货;

【课程思政导入】

具备良好的岗位工作规范、认真负责的职业精神、遵规守纪的工作态度。

- ⑥整单退货；⑦商品优惠；⑧单笔取消销售；⑨整笔取消销售；
⑩收款员暂时走开

三、POS 常见故障及处理

四、POS 收银机的维护和保养

第四节 财务单据管理

药店收银相关的财务单据包括机打票据和手填票据。机打票据主要包括销售小票、机打发票、POS 结算报表、医保购药费用结算单等。手填票据主要包括收银交接记录、手填发票、缴款单、销售长（短）款报告单、门店零售月报表、退货单、互调单等。

一、发票

药店经营中所用的发票有商业零售发票及增值税专用发票。发票的基本联次为三联，第一联为存根联；第二联为发票联；；第三联为记账联。

（一）手填发票

1. 发票的申领
2. 发票的使用与保管

①门店发票的使用监督人和保管责任人为店经理（长），店应定期检查发票，并在发票管理登记本上注明检查情况、签名。

②门店必须建立“发票管理登记本”，登记两项内容：公司领用登记、门店每天使用登记。

③门店每种发票原则上只允许保留一本

④门店发票的开票人为收银员，当班领导为负责人，应按“发票的填开要求”开票。

⑤收银员交接班时应同时交接发票，晚班结束后，应将发票与晚班营业款一并放入保险柜内存放。

⑥在使用过程中，如发现发票丢失时，店经理（长）应及时电话通知财务部门、营运部门，事后再书面通知财务部。

⑦严禁对外借用或有意将发票外流，否则依法追究相关人

员法律责任

⑧店长交接工作后，区域经理应按要求到财务部复核交接表的有关内容。

⑨拆迁店时，原门店负责人应在停业后1日内将发票交回财务部。

3. 发票的填写要求

①门店开票人依据顾客的有效收银小票开具发票，同时在收银小票上加盖“发票专用章”并签名。

②填写发票，应用圆珠笔，采用双面复写纸按序号全份一次复写

③大写金额前应填以“×”符号封顶，小写金额前应划上人民币“¥”符号封顶。

④严禁开票人虚开、代开、套开、涂改、挖补、变造、撕毁、拆本和单联填开发票。

⑤开票人填写发票如有出错，必须完整保留出错联次，不能缺联，如已撕开，必须完好地粘回原处，并在作废发票的每一联上注明“作废”字样，以备查验。

⑥发票的填写内容必须和发票的使用范围（指公司所提供的商品及服务）一致，

⑦发票必须按实际发生金额填写，不得多开。

⑧发票开具日期必须按时间顺序填写

⑨严格按照发票类型填写发票，未够百元的购物金额只能使用十位发票，不得用百位发票开具。

⑩发票填完后，将所开的总金额、作废张数、作废号码填写到发票封面右上角，同发票一齐交财务部，并做交回登记。

（二）机打发票

1. 机打发票流程

2. 机打发票使用注意事项

二、销售长（短）款报告单

三、收银缴款单

四、收银交接记录

五、门店零售月报表

(一) 报表格式

(二) 填制要求

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	11月27日
	课时		3				
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第九章 售后服务</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 送货上门 30min</p> <p style="padding-left: 40px;">第二节 顾客退换货管理 45min</p> <p style="padding-left: 40px;">第三节 中药来料加工 10min</p> <p style="padding-left: 40px;">第四节 顾客抱怨及投诉处理 35min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握药品退换货的原则。 2. 熟悉送货上门的流程。 3. 了解中药来料加工的规定。 <p>技能目标:</p> <p>能按规定给顾客办理退换货，会独立处理顾客投诉。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：药品退换货流程；处理顾客投诉；</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 简述顾客退换货理原则与程序？ 2. 简述顾客抱怨投诉的原因与处理顾客抱怨投诉的方法？ 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 送货上门</p> <p>一、送货人员及范围</p> <p>对有送货需求的顾客，特别是一些有特殊困难的顾客（如老、弱、病、残的客人），或是一次购物数量较大的顾客，公司可以提供送货上门服务项目。</p> <p>二、送货上门规定</p> <p>确认顾客有送货需求时，应认真做好笔录；如不能满足顾客送货上门的要求时，应及时向顾客说明；门店对于已承诺的送货时间，应严格遵守；送货人员送药必须要佩戴工号牌，礼貌地将药品、送货小票送到顾客手中；</p> <p>三、特殊情况处理</p> <p>如果店内现有人员不足时，此时不能执行送货作业，应向顾客说明情况；</p> <p>如遇送货商品不符合顾客需求；</p> <p>顾客借故退药时，不得与顾客发生任何争执、冲突；</p> <p>在正常情况下，零售企业为顾客提供的送货服务，是不应该再额外加收任何费用的。</p> <p>【课程思政导入】顾客至上的服务意识、规范的岗位工作流程。</p> <p>第二节 顾客退换货管理</p> <p>一、退换货原则</p> <p>我国的药品理法和 GSP 中规定，药品是特殊产品，除非是发生了质量问题，不然不要求店方退货给消费者。</p> <p>药品是一种特殊商品，涉及到人的生命安全和身体健康，一般情况下药店拒绝退、换药品，但这又容易引起顾客对门店服务的不满。因此，当顾客要求退货时，门店遵循以下原则。</p> <p>①须有本店购物电脑小票或发票。</p> <p>②存在药品质量问题且购物时间不超过七天的，无条件退</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>同一药差价近 2 倍 药店被退货</p> <p>据湖南都市频道报道，长沙的蔡先生因为胃痛，一直在服用气滞胃痛颗粒，22 日他和妻子去自己家附近一家药店购买该药，这款胃药价格是 39 元每盒，23 日他来到另外一家药店购买时，却发现同款的胃药每盒的价格才 15 元。据悉，两盒药除了生产日期有所不同外，生产厂家和规格完全一样。对此，记者对两家药店进行询问，第一家药店工作人员表示，这药日常折扣是 9.5 折，不打折卖价就是 39 元；第二家药店解释道，对方是私人药店，自己是</p>

换货；非药品质量问题的，原则上不退换货。

二、退换货程序

1. 核查

2. 收银员工作程序

①回收电脑小票、发票；

②填写《顾客退换货登记表》；

③按退换货时间先后顺序，整理《顾客退换货登记表》；

④完善《顾客退换货登记表》相关项目；

⑤区域经理每月定期核查《顾客退换货登记表》及退货商品，发现问题及时指正并处理。

三、退回药品处理

①检查退回商品的同批号是否存在同样的质量问题，将所有不合格商品放入不合格品柜。

②填写退货申请单（注明原因），退回物流配送部。

③填写《门店商品质量问题报告表》。

第三节 中药采料加工

一、代客加工的条件

有中药煎药机、临方炮制工具的门店。

（一）中药代煎

1. 汤剂制备的一般办法

①冷浸；②煎煮；③过滤；④复煎；⑤合并滤液

2. 特殊煎法

①先煎；②后煎；③包煎；④另煎；⑤烊化；⑥冲服

（二）中药材切片

中药材切片是指将净选后的中药材进行软化处理后，切成一定规格的片、丝、块、段等形状的过程。其操作的目的是为了

（三）中药材或饮片粉碎（打粉或冲粉）

粉碎是借机械力将大块固体物质破碎成适宜大小的碎块或细粉的过程。其操作目的在于：①增加药物的表面积；②有

连锁药店，定的价格不像我们公司是统一价格，关于药品的定价是有区别的。

记者和蔡先生就“药品价格过高”问题再次对第一家药店进行质疑，一名工作人员承认，他们是加盟店，所有的药品都是由公司统一配送，药品送来时公司也给出了一个配送价。

最后，第一家药店按照当时药品的原价退还了蔡先生39元。监管部门对此表示，如果药店在出售药品时张贴了售价，并且也告知了药品的价格，那么就不存在违规的行为。

【课程思政元素】
顾客至上的服务意识、规范的岗位工作流程。

利于进一步制成各种剂型；③便于混合、加工及服用；④有利于药材中有效成分的浸出。

三、中药来料加工规定

- (一) 收到需代煎的中药
- (二) 收到需切片的中药
- (三) 收到需粉碎的中药材后饮片
- (四) 其他要求

第四节 顾客抱怨及投诉处理

一、顾客抱怨投诉的原因

顾客投诉是在使用商品过程中对门店、对所购商品本身或门店所提供的服务感到不满意，并向工作人员诉求解决办法的一种常见行为。顾客投诉常见的原因如下。

(一) 对商品的不满

顾客购买商品是为了满足某种需要，而当商品本身存在质量问题，不能满足顾客的该种需求时，就会引起顾客的不满甚至投诉。

当顾客使用商品后，发现商品没有达到预期的心理期望值时，就会抱怨甚至投诉。

(二) 对门店产生的不满

服务场所的设施、设备、购物环境、对顾客的虚假承诺或商品售价与标价不符、药品缺货等给顾客带来不便或造成不好的影响，也可能因此而让顾客对门店产生不满而投诉。

(三) 对销售人员的服务不满意

包括对销售人员的 service 过程不满和售后服务不满。

因销售人员的态度不佳，服务不规范或销售方式不当，甚至是错误的服务等原因，引起顾客不满；对销售服务不满主要是由于售前承诺的服务在商品售出后没有及时落实或落实不到位，从而导致顾客投诉。

二、处理顾客抱怨投诉的原则

(一) 保持心情平静

【课程思政导入】
顾客至上的服务意识、规范的岗位工作流程。

要理解顾客投诉是经营活动中的正常现象，投诉是顾客应有的权利，将心比心，把自己放在顾客的位置思考，就容易理解顾客的行为与观点。

“烂苹果效应”；

我们既要重视顾客的投诉行为对企业的形象的潜在影响，又不必过分激动，保持心情平静，有助于冷静地解决问题，避免处理不当，进一步激化矛盾。

（二）有效地倾听与道歉

倾听与道歉是处理顾客投诉的关键环节。通过倾听，既要弄清楚顾客的真实意图，又要及时安抚顾客，防止事态的进一步恶化。

1. 听
2. 问
3. 道歉

另外，处理人员在与顾客交谈过程中还应注意：

①尽量避免在人多的地方接待顾客投诉，应采取“隔离”政策；

②不要在顾客情绪不稳定时与其发生争论；

③要注意与顾客谈话时的距离，并关切地望着顾客以表示自己的诚恳；

（三）提供可执行的解决方法

顾客投诉的目的不仅是发泄情绪，而且需要解决问题。

确定解决问题的办法应遵循以下几个原则：一是要为顾客帮助我们发现问题表示感谢；二是必须是可执行的，超出执行能力范围的办法因不能实施而没有任何意义，办法再好但顾客不认可也不能解决矛盾；三是必须取得顾客的认可。

（四）明确职责权限

一般情况下，顾客向门店投诉，由店长或领班负责处理，遇到解决不了的问题，应及时上报区域经理解决。

三、处理顾客抱怨投诉的方法

【课程思政导入】

顾客至上的服务意识、规范的岗位工作流程。

（一）顾客直接投诉的处理

处理顾客直接投诉的要点是：①仔细倾听顾客投诉的内容；②听完顾客投诉后，应向顾客表示歉意；③针对问题症结加以说明，接着提出合理的解决方法；

常用的解决方案如下。

1. 药品质量造成的投诉
2. 因药品使用不当造成的投诉
3. 因服务态度不佳造成的投诉
4. 重大投诉
5. 无法当场解决的投诉

（二）电话投诉的处理

顾客投诉的电话应由店长或领班接听，用礼貌的言语向顾客道歉，平息顾客的情绪，如在电话中未能处理解答，应及时做好相关记录，并在 24 小时内跟踪处理。如门店不能解决，应及时上报上级领导。

四、服务标准话语

（一）向顾客道歉

（二）聆听顾客，并作出回应

（三）再次向顾客致歉并说明情况

（四）协助解决顾客的问题

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	12月4日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第十章 门店促销活动的策划与实施</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 门店促销活动的策划 40min 第二节 门店促销活动的组织实施 45min 第三节 礼品发放及包装 30min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握促销的概念及促销活动的主要方式。 2. 熟悉按促销主题进行的促销活动的分类。 3. 了解发放促销活动礼品设计的原则。 <p>技能目标:</p> <p>能根据具体情况选择合适的主题开展促销活动。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：促销活动的主要方式。</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 门店促销活动的作用？ 2. 包装注意事项？ 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 门店促销活动的策划</p> <p>一、概述</p> <p>所谓促销即促进销售，是指企业通过一定的方法和手段向顾客传递产品信息，并与顾客进行信息沟通，帮助和说服消费者关注自己的产品，激发购买欲望，并促使其实现最终购买，促进企业产品销售目的的营销活动。</p> <p>按促销的具体形式划分，可分为：</p> <p>①人员促销；②营业推</p> <p>③公共关系</p> <p>④广告</p> <p>1. 作用</p> <p>药品促销有以下主要作用：</p> <p>①提供信息，刺激需求</p> <p>②突出重点，引起重视。</p> <p>③树立形象，稳定市场。</p> <p>2. 特点</p> <p>①人员促销的特点灵活性、针对性、选择性、及时性和完整性。</p> <p>②营业推广的特点即期效应明显、形式多样、持续时间较短。</p> <p>③公共关系的特点效果的长期性、实施的针对性、手段的间接性、对象的广泛性、运用的能动性。</p> <p>④广告的特点公众性、渗透性、表现性、非人际化。</p> <p>二、促销活动主题的选择</p> <p>（一）主题选择</p> <p>选择促销主题时应注意如下问题。</p> <p>1. 主题要有广泛关注的社会意义</p> <p>2. 主题传达的信息清楚明白</p>	

3. 主题通俗顺口，容易明白与记忆

（二）促销活动的分类

按促销主题的不同，常可以把促销活动分为如下五种。

1. 开幕促销活动
2. 店庆促销活动
3. 节假日促销活动
4. 会员日促销
5. 竞争性促销活动

三、促销活动的主要方式

促销活动的主要方式包括店头促销、健康讲座、社区推广、会议交流和公益活动五种。

1. 店头促销
2. 健康讲座
3. 社区推广
4. 会议交流
5. 公益活动

四、促销活动的时间、地点及人员安排

1. 时间与地点

①选址

根据产品的自身特点而选择活动地点，就是说在选址时一定要围绕目标消费者而进行。

②活动力度与时间长短

活动的力度涉及到投入多少、投入什么、投入方式的问题。活动期需要足够的时间。

2. 人员

①工作人员

②活动人员

③工作对象

第二节 门店促销活动的组织实施

一、信息发布

<p>1. 选择媒体</p> <p>①视听媒体视观</p> <p>②网络媒体</p> <p>③纸质媒体</p> <p>④直接邀请</p> <p>2. 途径与方法</p> <p>常用的信息发布途径与方法有：①邀请；②播报；③人员派发；④公告；</p> <p>二、材料准备</p> <p>1. 宣传材料</p> <p>①影视资料</p> <p>②渲染材料</p> <p>③活动方式介绍</p> <p>2. 产品资料</p> <p>①产品说明书</p> <p>②现场销售产品</p> <p>③奖品或礼品</p> <p>①有用性原则；②珍稀性原则；③迫切需求性原则；④趣味性原则；</p> <p>三、场地布置</p> <p>1. 区域布局</p> <p>①场地布置应有立体感，突出促销活动的氛围。②场地布置应结合选点的位置，布置便于为顾客服务，同时对整个场地有控制感，以便应付突发事件；③展示用促销商品堆头时布局。④拉好横幅、展板，要按规格集中树起来；⑤咨询桌上要整洁，无杂物；⑥促销活动结束时，道具应及时清洁护理，并按时归还；</p> <p>2. 营造气氛</p> <p>①视觉手段</p> <p>②听觉手段</p>	<p>【课程思政导入】</p> <p>通过授课和实践，使学生具备药品销售和顾客服务的知识和能力。</p>
---	---

③现场表演秀

四、人员组织

要保证整个活动过程的顺利进行，各岗位工作人员应明确职责，各司其职，分工，工作到位，一职多能是关键。因此，必须对所有的工作人员进行培训，做到以下几点。

1. 确认岗位与职责

2. 人员培训

五、活动评价

评价的目的是为了总结经验，改进工作质量，因此活动过程中要求现场工作人员做好各类信息收集、整理工作。

活动的评价可以分活动过程的评价与活动绩效的评价两个方面。

第三节 礼品发放硬包装

一、礼品发放业务流程

门店礼品发放流程应遵循以下原则：①促销礼品由市场部制定下发计划；②获得礼品赠送顾客，凭电脑小票到礼品保管人处领取；③发放礼品的员工应认真核对电脑小票，确认发放礼品的种类；④请顾客在礼品发放登记本上签上姓名、日期及数量以备日后核查；⑤把礼品包装后双手交给顾客；⑥礼品应专项专用。

二、礼品包装技巧

基本的要求是包装牢固、美观、大方，能体现顾客提升礼品价值的心理要求。

（一）包装所需基本工具及材料

（二）礼品盒的包装

1. 扁平方盒的包装
2. 瓶子包装的操作步骤
3. 糖果形包装法

（三）缎带和花结装饰

一般来说，好的礼品包装往往是造型简洁、颜色淡雅的，

它可以通过一些恰当饰物的搭配

1. 缎带
2. 花结装饰

①蝴蝶结

②绒球结

③星星结

三、包装注意事项

①在包装药品前，要当着顾客的面检查药品的数量和质量，让顾客放心。

②在包装时要注意保护药品，要防止碰坏和串染。

③包装操作要规范，不要边聊天、边包装，不准出现漏包、松捆或以破损、污秽的包装纸包装药品。

④无论是哪一种形状的礼盒，包装时尽量不要将礼盒倒放。

⑤以双手把包好的药品递给顾客，并面带微笑致谢。

⑥注意固体药品与液体药品、易破碎污染的药品和一般药品、怕热药品和一般药品不要混装。

【课程思政导入】

使学生具备药品销售和顾客服务的知识和能力。

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	12月11日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第十一章 网上药店</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 网上药店及其开展情况 30min 第二节 网上药店的优势及制约因素分析 55min 第三节 网上药店的运营 30min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉网上药店的优势及制约网上药店发展的因素。 2. 了解网上药店的网页内容，了解网上药店及其发展情况。 <p>技能目标:</p> <p>能运营网上药店</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：网上药店的优势及制约网上药店发展的因素</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 简述网络药店含义？ 2. 简述网络药店的制约因素？ 3. 简述提高网上药店绩效的策略？ 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 网上药店及其开展情况</p> <p>一、网上药店</p> <p>网上药店或称虚拟药店，是医药电子商务的一个分支，其主要功能是网上药品零售和在线药学服务。消费者可以 24 小时享受购药的方便，只需在网络上输入网上药店地址、购药品种和数量以及支付方式等信息，药品就会送到消费者手中。</p> <p>二、我国网上药店的开展情况</p> <p>2005 年我国网络购物用户人数为 1855 万人，网络购物市场交易额为 193.1 亿元；2005 年 9 月 29 日国家食品药品监督管理局正式公布《互联网药品交易服务审批暂行规定》，标志着我国已经许可在网上经营药品零售业务；</p> <p>三、我国有关网上药店的法律法规</p> <p>1. 互联网药品信息服务管理办法</p> <p>2001 年 1 月 11 日，原国家药品监督管理局颁布实施了《互联网药品信息服务管理暂行规定》，该规定的出台为网上药店发布药品信息提供了法律依据。</p> <p>① 申请提供互联网药品信息服务的条件</p> <p>① 互联网药品信息服务的提供者应当为依法设立的企事业单位或者其他组织；</p> <p>② 具有与开展互联网药品信息服务活动相适应的专业人员、设施及相关制度；</p> <p>③ 有两名以上熟悉药品、医疗器械管理法律、法规和药品、医疗器械专业知识，或者依法经资格认定的药学、医疗器械技术人员。</p> <p>② 提供互联网药品信息服务的申请</p> <p>拟提供互联网药品信息服务的网站，应当在向国务院信息产业主管部门或者省级电信管理机构申请办理经营许可证或者办理备案手续之前，按照属地监督管理的原则，向该网站主办</p>	<p>【课程思政案例】</p> <p>我国网上药店的发展现状</p> <p>我国的医药电子商务起步相对稍晚，网上药品交易的相关政策发文时间也基本集中在近 20 年内，2021 年，由国务院办公厅印发的《国务院办公厅关于全面加强药品监督管理能力建设的实施意见》则要求进一步提升“互联网+药品监管”应用服务水平，推动工业互联网在疫苗、血液制品、特殊药品等监管领域的融合应用，同时进一步加强了对网络销售行为的监督检查，强化了对药品网络交易的质量监管能力。可见，我国对网上药店的政策呈现出逐步放</p>

<p>单位所在地省、自治区、直辖市（食品）药品监督管理部门提出申请，经审核同意后取得提供互联网药品信息服务的资格。</p> <p>③对《互联网药品信息服务资格证书》的管理</p> <p>各省、自治区、直辖市（食品）药品监督管理局对本辖区内申请提供互联网药品信息服务的互联网站进行审核，符合条件的核发《互联网药品信息服务资格证书》。</p> <p>应当在其网站首页显著位置标注《互联网药品信息服务资格证书》的证书编号。</p> <p>《互联网药品信息服务资格证书》有效期为5年。</p> <p>互联网广告，必须经过（食品）药品监督管理部门审查批准。</p> <p>具有《互联网药品信息服务管理办法》的网站不允许所提供的药品信息直接撮合药品网上交易。</p> <p>2. 药品电子商务试点监督管理办法</p> <p>①上网从事药品交易的条件</p> <p>②上网从事药品交易的范围</p> <p>③证照的明示</p> <p>④公布电子信箱和咨询电话</p> <p>⑤公布用户投诉方式</p> <p>⑥对送货的规定</p> <p>3. 中华人民共和国电子签名法</p> <p>2004年8月，政府出台了《中华人民共和国电子签名法》，于2005年4月1日开始实施，成为2005年电子商务立法年的标志性事件，这是我国进入世界先进的数字化国家、网络化国家的标志之一，对我国电子商务、电子政务的顺利发展，提高我国信息化水平起到非常重要的促进作用。</p> <p>4. 互联网药品交易服务审批暂行规定</p> <p>《互联网药品交易服务审批暂行规定》第九条规定，向个人消费者提供互联网药品交易服务的企业，应当具备以下条件：</p> <p>①依法设立的药品连锁零售企业；</p>	<p>宽的特点，紧密结合了我国社会发展和药品监管的实际情况，一步步推动了我国网上药品交易的发展。</p> <p>2021年我国网上药店市场化学药总体销售额达222.75亿元，其中份额最大的是“消化系统及代谢药”，占比约为网上药店化学药总体销售数据的四分之一，其次是“生殖泌尿系统和性激素类药物”。</p> <p>近年来，以叮当快药为代表的数字药房，依托于大数据、AI、5G等技术，伴随着居民健康意识的觉醒和问诊买药习惯的改变而快速发展。从产业链角度来看，叮当快药能有效拓宽医药企业的销售渠道。从C端用户体</p>
--	--

<p>②提供互联网药品交易服务的网站已获得从事互联网药品信息服务的资格;</p> <p>③具有健全的网络与交易安全保障措施以及完整的管理制度;</p> <p>④具有完整保存交易记录的能力、设施和设备;</p> <p>⑤具备网上咨询、网上查询、生成定单、电子合同等基本交易服务功能;</p> <p>⑥对上网交易的品种有完整的管理制度与措施;</p> <p>⑦具有与上网交易的品种相适应的药品配送系统;</p> <p>⑧具有执业药师负责网上实时咨询</p> <p>⑨从事医疗器械交易服务,应当配备拥有医疗器械相关专业学历、熟悉医疗器械相关法规的专职专业人员。</p> <p>第二节 网上药店的优势及制约因素分析</p> <p>一、网上药店的优势</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 节约药店运营成本 2. 扩大市场范围 3. 与顾客保持紧密的联系 4. 低价购买药品 网 5. 网上购药方便、快捷、保护消费者隐私 <p>二、制约网上药店发展的因素分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 网络技术性 2. 网上交易的安全性 3. 目标顾客少的问题 4. 配送及运输中的质量 5. 许可与监管 6. 网上药店的诚信 7. 用药安全 <p>第三节 网上药店的运营</p> <p>一、网上药店的网页设计</p> <p>网上药店是一个可以发布药品信息和同消费者进行交流</p>	<p>验来看,手机在线问诊和 28 分钟送药到家服务能够更加专业、便捷的服务用户,极大的提升用户问诊买药体验。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>融入职业教育,引导学生根据自身特点和行业前景等制定职业规划,完善职业理想。</p>
--	---

的网上商务平台。网上药店要实现其功能，其网页设计一般要包括以下内容。

1. 药店简介
2. 网页框架的基本元素
 - ①药品的项目分类区
 - ②购物功能区
 - ③促销功能区
 - ④网络广告
3. 药品查询功能
4. 网站的导航功能
5. 会员功能区
6. 购物指南
7. 购物配套服务

二、提高网上药店绩效的策略

1. 提高药店内部信息化建设全面提
2. 进一步拓展连锁规模与物流配送能力
3. 提升服务
4. 利用网络技术，增加网上售药的成功率

①建立网络互动技术（包括搜索引擎、电子邮件、反馈表单、论坛、网络广告、电子书、电子贺卡、在线调查表）。

②全面的服务功能（如网上咨询、健康咨询、用药指南、网上处方信息提供等）。

③简化或取消会员登记程序，发展网络会员。

④与第三方物流合作解决安全性问题，缩短送货时间。

⑤进行必要的网上营销（网站交换广告 交换链接、增加网上搜索、E-mail 营销等）。

5. 退货政策及保证
6. 支持多种支付方式
7. 降低收费

【课程思政导入】
与时俱进的时代发展意识。

专业 班级	2022级药品经营与管 理 (一班)	课程 名称	药店经营与管理	课 型	课堂教学	日期	12月18日
						课时	3
教 学 内 容 及 时 间 分 配	<p style="text-align: center;">第十二章 药店企业文化</p> <p>【组织上课】宣布上课，点名 5min</p> <p>【教学回顾】回顾前一章所学内容。10min</p> <p>【新课内容】 第一节 企业文化概述 30min</p> <p style="padding-left: 40px;">第二节 企业文化的形成与理论 60min</p> <p style="padding-left: 40px;">第三节 企业文化建设与创新 25min</p> <p>【课堂小结】总结课堂主要内容 5min</p>						
目 的 要 求	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握企业文化建设与创新。 2. 熟悉企业文化形成与理论。 3. 了解企业文化的概念和意义。 <p>技能目标:</p> <p>会设计药店企业文化。</p>						
重 点 及 难 点	<p>教学重点：企业文化形成与理论；企业文化意义</p>						
作 业 或 复 习 题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企业文化的含义和意义？ 2. 企业文化创新的发展趋势？ 						
课 后 随 记							

教 案

教 学 内 容	教学方法设想
<p>第一节 企业文化概述</p> <p>一、企业文化的概念</p> <p>美国学者约翰·科特和詹姆斯·赫斯克特认为，企业文化是指一个企业中各个部门，至少是企业高层管理者们所共同拥有的那些企业价值观念和经营实践，是企业中一个分部的各个职能部门或地处不同地理环境的部门所拥有的共同文化现象。</p> <p>二、企业文化的初始研究</p> <p>企业文化是一个企业综合实力的体现和文明程度的反映，也是知识形态的生产力转化为物质形态生产力的源泉。泰伦斯·迪尔和艾伦·肯尼迪；《企业文化——企业生存的习俗和礼仪》</p> <p>三、企业的意义</p> <p>企业文化是企业核心竞争力的关键；企业文化可以增强企业的凝聚力；企业文化可以提高企业的内在活力；企业文化可以约束员工的行为；企业文化可以提升企业睦济效益。</p> <p>第二节 企业文化的形成与理论</p> <p>一、企业文化的形成</p> <p>企业文化最初的形成源于美国学者对日本企业管理的研究。</p> <p>经过对日本企业的研究，美国业界得出这样的结论：日本企业的成功不仅得益于技术水平、机器设备这类物质要素，还包含着更为深刻的社会文化、历史传统、国民心理等方面的原因。</p> <p>二、企业文化理论</p> <p>《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》；《日本企业管理艺术》；《寻求优势——美国成功公司的经验》；《企业文化》</p> <p>【课程思政导入】带领学生感受传统药房文化的独特魅力，潜移默化地建立文化自信，弘扬文化内涵、提升文化价值。</p> <p>第三节 企业文化建设与创新</p>	<p>【课程思政导入】</p> <p>带领学生感受传统药房文化的独特魅力，潜移默化地建立文化自信，弘扬文化内涵、提升文化价值。</p>

<p>企业文化具有文化的一般属性，即民族性、时代性。企业文化建设一方面要从民族的优秀传统文化中吸取营养，以实现其本土化。</p> <p>企业文化建设与创新的目的就是有效管理企业，充分调动职工积极性，发展企业，壮大企业，使企业的人、财、物得到最大限度的利用，使企业得以高效运转，产生巨大的经济效益和社会效益。</p> <p>一、企业文化建设</p> <p>（一）企业文化建设的原则</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 以人为本 2. 重视特色发展 3. 重视企业的经济性 4. 继承传统文化的精华 <p>（二）企业文化建设的作用</p> <p>成功的企业文化对外有着引力作用，对内则有着凝聚力的作用。企业文化建设的作用大致可包括以下几方面。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够得到员工的广泛认同 2. 能够给予员工使命感 3. 增加企业的竞争力 <p>二、企业文化创新</p> <p>（一）企业文化创新的价值</p> <p>企业文化决定着员工的思维方式与行为模式，能够在一定程度上激发员工的士气，挖掘企业的潜能。</p> <p>文化的创新更是企业可持续发展的依托。</p> <p>（二）企业文化创新的趋势</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 以人为本的趋势 2. 自主管理模式的趋势 3. 双赢价值观的趋势 4. 提高企业综合素质的趋势 <p>三、药店企业文化的建设与创新</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 制定药店企业文化系统的核心内容 <p>企业文化必须内生，并且是难于模仿和移植的。</p> <p>价值观；道德</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 提高药店企业文化的深植力 	<p>【课程思政案例】</p> <p>同仁堂文化的质量观和信誉观</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 质量观形成的原因：同仁堂文化质量观形成原因有两个：一个是同仁堂人的自律意识；另一个是同仁堂外在压力。 2. 同仁堂文化的质量特色 <p>第一，对职工进行传统质量教育和道德教育。</p> <p>第二，形成了一整套适应现代化生产需要的质量管理制度，建立了三级质量管理网，实施了“质量一票否决权”。</p> <p>第三，工装、工艺、专业设备及产品质量检测的现代化水平不断提高。</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 同仁堂文化的信誉观 <p>同仁堂的创业者尊崇“可以养生，可以济世者，</p>
---	---

<p>通过企业文化的修炼提升企业的竞争力，对药店企业来说往往比其他类型的企业来得更为重要；</p> <p>在药店企业文化建设中，最突出的问题就是深植力差；用良好的意识形态和行为作风去影响、教育和带动员工，使之发自内心地去服务于顾客，这才是企业真正的核心竞争力源泉。</p> <p>3. 制定药店企业的服务标准</p> <p>服务标准一直都是药店企业核心竞争力的体现；</p> <p>药店应根据经营风格、产品特点、人员结构、顾客需求来制定具有自身特色的服务标准，塑造企业的形象，提升企业的知名度，提高顾客的满意度，扩大企业的市场份额，增强企业的市场竞争力。</p> <p>四、建设和创新药店企业文化的意义</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培养药企管理者敏锐的市场眼光 2. 增加药企的团队合作精神 3. 追求传统文化与现代文化的有机结合 4. 培育创新型医药企业 	<p>惟医药为最”，把行医卖药作为一种济世养生、效力于社会的高尚事业来做。</p> <p>【课程思政元素】</p> <p>带领学生感受传统药房文化的独特魅力，潜移默化地建立文化自信，弘扬文化内涵、提升文化价值。</p>
--	--

附件 3:

教师课表 - Google Chrome
 ▲ 不安全 | 112.49.122.230:8082/ZNPK/TeacherKBFB.aspx

教师课表

学年学期: 2022-2023学年第一学期 | 教师: 曾建雄 | 曾建雄 | 不含环节安排

格式一 格式二 验证码: JZ2V |

福州黎明职业技术学院教师课表

2022-2023学年第一学期

部门: 药学系 教师: 曾建雄 性别: 男 职称: 副教授

		星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六
上午	一	药店经营与管理 [2-5, 7-8, 10-13, 15-18周]1-3节 福海教学楼502; 21级健康管理班 人数: 51					药店经营与管理 [9周]1-3节; 21级健康管理班 人数: 51
	二						
下午	三						
	四						
晚上	五	药品经营质量管理 [6-15周]9-10节; 20级药品经营与管理一班 20级药品经营与管理二班 人数: 77				药学综合知识与技能 [6-15周]9-10节; 20级药品经营与管理一班 20级药品经营与管理二班 人数: 77	
	六						

教师课表

学年学期: 2023-2024学年第一学期 | 教师: 曾建雄 | 曾建雄 | 不含环节安排

格式一 格式二 验证码: 535T |

福州黎明职业技术学院教师课表

2023-2024学年第一学期

部门: 药学系 教师: 曾建雄 性别: 男 职称: 副教授

		星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
上午	一	药店经营与管理 [2-3, 6-20周]1-3节 综合楼501; 22级药品经营与管理一班 人数: 43				药店经营与管理 [1-2, 5, 7-19周]1-3节 综合楼503; 22级药品经营与管理二班 人数: 41
	二					
下午	三					
	四					
晚上	五					药学综合知识与技能 [6-20周]9-10节; 21级药品经营与管理一班 21级药品经营与管理二班 21级药品经营与管理三班 药品经营质量管理 [6-20周]9-10节; 21级药品经营与管理一班 21级药品经营与管理二班 21级药品经营与管理三班 人数: 106
	六					

附件 4： 近一学期学生评教结果统计

福州黎明职业技术学院教学评价结果(学生评)
2022-2023 学年第一学期

教师：[2011120267]曾建雄

职称：副教授

所属部门：[03]药学系

打印日期：2023-11-03

课程类型	一级指标	二级指标	满分	药店经营与管理		平均得分
				参评人数	评价结果	
讲授	教学内容		20.00	50	19.28	19.28
	教学过程		10.00	50	9.64	9.64
	教学方法		30.00	50	29.28	29.28
	教师素养		10.00	50	9.72	9.72
	教学效果		20.00	50	19.36	19.36
	教学要求	如下	10.00	50	9.68	9.68
评价结果				50	96.96	96.96

附件 5： 福州黎明职业技术学院课堂教学评价表

开课单位 药学系 授课教师 曾建雄
 课程名称 药品经营与管理 授课班级 22 级药品经营与管理 1 班
 授课时间 2022.9.17 授课地点 中餐实训室 1

序号	评价项目	评价标准	分值	得分
1	课程思政融入（10分）	1、结合人才培养目标，有课程思政的目标及思政教学内容，能挖掘课程教学内容和教学方式中所蕴含的思政元素，并把思政元素巧妙融入教学过程中，提高教育与育人融合度。	10分	9
2	教师素养（15分）	1、普通话规范，语言准确、清晰、生动，语速均衡，抑扬顿挫，有激情和表现力； 2、合理利用肢体语言，教态自然大方，着装整洁得体，精神饱满； 3、多媒体课件制作精美，板书整洁、布局合理；	15分	14
3	教学内容（20分）	1、教学内容适当和充实，能理论联系实际，补充课外内容； 2、教学内容承前启后，循序渐进，能突出重难点。	20分	19
4	教学过程（20分）	整体设计、教学安排合理，剖析难点，讲授条理清晰、逻辑性强，有分析促思考，教学步骤完整。	20分	19
5	教学技巧与方法（20分）	1、注重启发式、互动式等新颖的教学模式，充分发挥学生的主观能动性； 2、熟练运用现代教育技术，实现多	20分	18

		媒体教学的优越性，增强学习的趣味性和可理解性等，对提高教学效果作用明显。 3、因材施教，依景激情，重视学生创新能力培养。		
6	教学质量与效果 (15分)	1、能有效引起学生者的学习兴趣，调动学习积极性，学生注意力集中，思维活跃。 2、教学特色明显、风格突出、感染力强、教学效果好。	15分	14
合计			100	93
课堂综合评价	<p>1、教师整体素养良好，具有较强的亲和力，学生认可度高。</p> <p>2、本次课能根据教学目标，较好地挖掘课程教学内容所蕴含的思政元素，并把思政元素巧妙融入教学过程中，达到教书育人总体目标。</p> <p>3、本节课教学内容安排适当，突出重难点，重视实践技能操作，强化学生现场实际操作能力。教师自身专业技能基本功扎实，在示范过程中边操作边讲解，能够生动形象的把知识点融入到操作中，激发学生的学习兴趣；且教学思路清晰，语言简洁明了，学生一听就能够领悟，在后学实操环节中能够按照教学操作一步步完成作品，教学效果较好。</p>			

听课人：

钟钰

2022年4月17日

附件 6：其他相关佐证材料

《淮南职业技术学院学报》 稿件录用通知

郑爱清 曾建雄 同志：

您的论文《产业学院实践教学改革中融合“课程思政”理念的探索》，已通过我刊审稿，拟刊发于 2024 年 2 期。我们将按交款的先后顺序安排发表！

《淮南职业技术学院学报》是由国家新闻出版总署正式批准，安