

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

物流案例与实训

(课程代码: 01001)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：物流案例与实训

课程代码：01001

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

物流案例与实训是高等教育自学考试物流管理（专科）专业的专业核心课程，它是为了培养和检验考生对物流管理专业所学所有课程知识的综合运用能力而设置的一门专业课程。

随着物流行业的飞速发展，物流管理学科包含的内容又非常丰富，在这种形势下，如何让物流管理专业的考生深刻地掌握相关基本知识变得十分紧迫。案例教学法是当今社会科学教学与研究最具有特色的方法之一。通过案例教学的方式，鼓励考生独立思考，亲身参与日常实践体会，帮助考生深刻理解所处领域的工作内容和具体操作，可以更好地理解理论上的原理、方法是如何在实践中加以应用的。因为，本课程将以案例为手段融会贯通物流管理各大知识点，加深考生们对物流的认识。

本课程包括九个部分的案例：物流战略与规划案例、物流采购案例、物流运输案例、物流仓储案例、物流包装和流通加工案例、物流配送案例、物流成本管理案例、物流信息化案例和物流服务与营销案例，每一个部分都是物流管理学科中的重要分支部分。通过本课程的学习，使考生加深对物流管理知识的认识，从而提高物流应用的能力和掌握正确应对物流事件的方法，同时为物流工程、采购与供应管理等相关专业的考生提供了融会贯通先修课程的机会。

二、课程目标与基本要求

课程目标：物流案例与实训是物流管理中不可缺少的应用型课程，是深入学习物流管理，并训练实际操作技能的关键。本课程是一门总结性的专业课程。通过该课程的学习，考生应借助案例和实训活动，系统地总结回顾物流管理专业所有课程，进一步熟悉物流管理专业技能，为走向工作岗位打下坚实基础。

基本要求：

1. 了解物流各子系统的运作及流程；
2. 系统地学习和掌握物流管理过程的实训操作技能；
3. 从案例的描述能准确地识别企业物流系统的问题及原因，并给出相应的解决措施；
4. 能够根据案例实际情况进行分析。

三、与本专业其他课程的关系

本课程作为总结应用型课程，知识点将贯穿物流管理专业的多门课程。本课程的先修课程为：物流学概论、运输管理、仓储管理、配送管理、物流系统规划、物流信息系统、供应链管理和物流成本管理等课程。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 物流战略与规划案例

一、学习目的与要求

战略是对未来趋势的把握和谋划，企业发展到一定阶段，制订战略规划与规范化管理成为企业最主要的问题。本章列举了七个企业在制定物流发展战略与规划上的成功案例，通过本章的学习，应掌握企业如何结合自身特点进行物流战略的制定，了解战略制定后企业如何实施，了解实际情况中企业进行物流规划的依据和方法。

二、考核知识点与考核目标

（一）企业物流战略规划与制定（重点）

识记：1. 核心竞争力；2. 企业战略

理解：1. 企业战略类型；2. 企业战略层次；3. 企业物流战略的选择

应用：1. 案例 1.1 比翼双飞——上海浦东、虹桥机场物流发展的战略选择；
2. 案例 1.6 为战略而生：联邦快递青睐商业科技

（二）企业物流战略调整（次重点）

理解：1. 企业战略转变的原因；2. 企业战略调整方法

应用：案例 1.2 中远集团整合资源转轨物流之路

（三）企业物流战略实施（一般）

理解：资源规划对战略实施的意义

应用：案例 1.7 资源确认：对危机的适应

（四）企业物流战略分析（一般）

理解：企业物流环境分析

第二章 物流采购案例

一、学习目的与要求

采购是各个企业所共有的职能，是企业经营的起始环节。随着企业规模的不断扩大和现代化管理水平的提高，采购的作用日益突出。本章选取了九个案例，分别对集中采购、联盟采购、电子采购以及招投标采购等采购模式、供应商管理、采购计划的制订以及采购商品的分类级内容进行了说明和分析。通过本章的学习，了解不同采购类型的特点，掌握各种采购方式下的采购流程，了解供应商管理方式。

二、考核知识点与考核目标

（一）集中采购（重点）

识记：集中采购的概念

理解：1. 集中采购的优势；2. 集中采购组织模式；3. 独家供应的缺点

应用：1. 案例 2.1 英国巨头百安居——物流采购网络优势；2. 案例 2.5 国美的采购模式 VS 沃尔玛的采购模式

(二) 供应商管理 (重点)

理解: 1. 供应商选择; 2. 供应商评估; 3. 供应商绩效考评

应用: 案例 2.2 上海通用汽车的国际化采购管理

(三) 联合采购 (次重点)

识记: 联合采购

理解: 1. 联合采购的优缺点; 2. 联合采购组织

应用: 1. 案例 2.6 中小超市建立采购联盟对抗连锁超市巨头

(四) 电子采购 (次重点)

识记: 电子采购

理解: 1. 电子采购的好处; 2. 电子采购流程

(五) 招投标采购 (一般)

识记: 招标采购

理解: 1. 招标流程; 2. 招标方式的缺点

第三章 物流运输案例

一、学习目的与要求

运输是现代社会经济活动中不可缺少的重要内容。运输也是物流二大子系统之一。本章选取了九个案例,对运输活动进行了说明,尤其是对陆路运输方式的实现,传统运输企业转型进行了分析。通过本章学习,了解运输的概念与作用,掌握运输方式的选择方法,了解不合理的运输形式,能够运用定性分析和定量分析方法选择合理的运输集散模式,能够为运输企业的发展制定适合的战略。

二、考核知识点与考核目标

(一) 运输企业转型 (重点)

理解: 1. 运输企业战略; 2. 运输企业发展方向

应用: 1. 案例 3.1 德国铁路公司的物流演义

(二) 运输系统规划 (重点)

理解: 1. 运输集散模式; 2. 不同运输方式的合作

应用: 1. 案例 3.4 规模经营的成功范例——荷兰邮政集团 (TPG) 物流、快运模式的启示; 2. 案例 3.5 佐川急便的运输体制

(三) 特殊产品运输 (次重点)

理解: 1. 危险品运输; 2. 汽车物流管理

应用: 案例 3.7 长久集团——扎根汽车物流

(四) 运输保险 (一般)

理解: 1. 货运保险险种; 2. 货运保险流程

第四章 物流仓储案例

一、学习目的与要求

仓储作为物流的两大主要功能要素之一，在物流系统中发挥着重要作用。本章通过九个以描述仓储管理为主的案例，分析其成功的经验和模式。通过本章学习，了解仓储管理的内容，掌握仓储作业的流程，理解库存的分类和库存控制的意义，能运用库存控制相关知识制定企业的仓储策略，能根据企业实际情况优化仓储作业流程。

二、考核知识点与考核目标

（一）库存控制策略（重点）

理解：1. JIT；2. VMI；3. 零库存

应用：1. 案例 4.4 美的供应商的库存管理；2. 案例 4.5 日本丰田公司的“零库存”策略——JIT 管理；3. 案例 4.6 一汽大众实现“零库存”

（二）仓储作业流程（次重点）

理解：1. 仓储作业流程；2. 仓储合理化措施

应用：案例 4.2 正泰集团采用自动化立体仓库，提高物流速度

（三）仓储管理概念（一般）

识记：1. 库存控制；2. 仓储

理解：1. 仓储的作用；2. 仓储的类型

第五章 物流包装与流通加工案例

一、学习目的与要求

包装处于生产过程的终点和物流过程的起点，而流通加工则是产品从生产领域向消费者流动过程中发生的。本章选取了十一个案例，分别从包装的合理化、类型、技术、材料、绿色包装和危险品包装等角度介绍包装，流通加工则是侧重于工业原材料和生鲜食品的流通加工。通过本章学习，掌握物流包装的概念及分类，理解物流包装的功能，了解包装的方法和技术，能根据储运商品的初步设计选用物流包装材料，掌握流通加工的概念，了解流通加工的目的和类型，学会区分流通加工与生产加工。

二、考核知识点与考核目标

（一）包装合理化（重点）

识记：包装的概念

理解：1. 包装的功能；2. 包装的分类；3. 包装技术和方法；4. 包装合理化措施

应用：1. 案例 5.8 德国人的绿色包装；2. 案例 5.9 环保包装在日本

（二）流通加工合理化（次重点）

识记：流通加工的概念

理解：1. 流通加工合理化标准；2. 实现合理化流通加工的途径

应用：案例 5.11 天然气的液化加工

第六章 物流配送案例

一、学习目的与要求

配送的目的在于最大限度地压缩流通时间、降低流通费用，以降低成本。本章选取的七个案例都是针对配送环节的典型案例。通过本章学习，了解配送及配送中心概念，理解配送中心的分类，掌握配货作业方法以及配送中心的一般和特殊作业流程，掌握配送合理化标识，能为配送中心的核心作业环节设计合理化作业流程。

二、考核知识点与考核目标

（一）配送合理化（重点）

理解：1. 合理化配送的表现形式；2. 配送合理化判断标准；3. 配送合理化措施；4. 配送路径优化

应用：1. 案例 6.1 林德特巧克力的全球配送；2. 案例 6.4 共同配送救得了天原吗；3. 案例 6.6 浙江省烟草公司杭州分公司的送货线路优化

（二）配送中心流程（次重点）

识记：1. 配送中心的概念；2. 配送中心的类型

理解：1. 配送中心作业流程；2. 配货作业方法

应用：1. 案例 6.3 上海联华生鲜食品加工配送中心；2. 案例 6.5 广州医药有限公司改造物流配送中心

（三）配送作业（一般）

识记：1. 配送的概念 2. 配送的类型

理解：配送的意义

第七章 物流成本管理案例

一、学习目的与要求

物流成本是物流活动中所消耗的物化劳动和活劳动的货币表现。物流管理的核心就是物流成本管理。本章选取了七个案例，描述了在采购、配送、运输、仓储等方面成本的不同。通过本章的学习，了解按不同形式划分的物流成本构成；了解物流成本控制运作的机制，了解物流外包下物流成本的决策要素和计算。

二、考核知识点与考核目标

（一）物流成本控制（重点）

理解：1. 物流成本控制步骤；2. 物流成本控制原则；3. 物流成本控制方法与途径

应用：1. 案例 7.2 百盛物流降低连锁餐饮企业运输成本之道；2. 案例 7.3 沃尔玛——利用物流节约成本的典范

（二）物流外包下的物流成本（次重点）

识记：物流外包

理解：1. 物流外包下的物流运作成本；2. 物流外包成本的决策要素；3. 物流外包成本的计算

（三）物流成本核算（一般）

识记：1. 物流成本的概念；2. 物流成本的构成

理解：物流成本的核算方法

第八章 物流信息化案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解信息、物流信息的概念、特点、信息的管理过程；了解物流信息的分类及作用；理解条形码、RFID 的基本概念及特征；了解条形码技术及 RFID 技术在物流领域的应用；理解 GPS 的基本概念和组成，熟悉 GIS 技术；理解 EDI 的基本概念和 EDI 系统的组成；理解物流管理信息系统的定义及组成、熟悉物流信息管理系统的开发过程及应用；了解我国第三方物流企业信息化建设的基本情况。

二、考核知识点与考核目标

（一）物流管理信息系统（重点）

理解：1. 物流管理信息系统的定义、要素、功能与特点；2. 物流管理信息系统开发的挑战、流程及其应用

应用：案例 8.5 联想集团的物流效率

（二）现代物流信息技术（次重点）

识记：1. 信息技术的发展历程；2. 信息技术的含义及分类

理解：1. 电子数据交换技术；2. 射频识别技术；3. 全球定位系统；4. 地理信息系统；5. GPS 和 GIS 在物流中的应用。

应用：案例 8.2 UPS 以现代物流信息技术提升核心竞争力

（三）第三方物流企业信息化（一般）

识记：1. 企业信息化的含义；2. 企业信息化分类

理解：1. 企业在信息化的建设过程中需要明确的问题；2. 企业信息化建设的层次；3. 中国物流企业信息化现状及存在的问题

（四）物流信息（一般）

识记：1. 信息的含义及特点；2. 物流信息的含义、分类及作用

理解：信息管理的过程

第九章 物流服务与营销案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，掌握物流服务的含义、特征；掌握客户服务管理的概念、分类；了解物流服务中增值性服务的内容；了解我国物流服务的现状和问题；认识快速反应的概念及意义；掌握有效客户反应的含义及实施条件。

二、考核知识点与考核目标

（一）客户关系管理（重点）

理解：1. 物流客户关系管理的内容；2. 物流服务客户的开发与巩固；3. 物流服务企业实施 CRM 的程序

应用：案例 9.1 大物流服务的新品牌——中国外运

（二）物流客户服务战略（次重点）

理解：物流客户服务战略措施

应用：案例 9.4 生产企业物流的合作伙伴——大连盛川物流有限公司

（三）物流客户的概述（一般）

识记：1. 客户的含义；2. 物流服务的概念

理解：1. 物流客户的分类及其意义；2. 物流服务的特点及要素；3. 物流客户服务产品

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

1. 指定教材：

物流案例与实训，陈云天、杨国荣，北京理工大学出版社，2011 年 2 版

2. 参考教材：

物流管理案例与实训，夏文汇，西南财经大学出版社

物流管理案例与实训，邓永胜、向曦、马俊生，北京交通大学出版社

王物流管理案例与实训，明智，机械工业出版社

三、自学方法指导

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能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，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. 完成书后作业和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，在做练习之前，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层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 3 学分，建议总课时 54 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	物流战略与规划案例	4
第二章	物流采购案例	7
第三章	物流运输案例	8
第四章	物流仓储案例	8
第五章	物流包装和流通加工案例	8
第六章	物流配送案例	6
第七章	物流成本管理案例	4
第八章	物流信息化案例	6
第九章	物流服务与营销案例	3
合 计		54

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 30%、“理解”为 40%、“应用”为 30%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释题、案例分析题。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 物流的职能不包括

- A. 克服供需之间物资的空间距离 B. 克服供需之间物资的时间距离
C. 克服供需之间物资的形状性质距离 D. 克服供需之间物资的价值距离

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 过量的库存可能导致的问题包括

- A. 大量物品的积压 B. 占有大量的资金 C. 增加库存成本
D. 增加资金使用成本 E. 减低物流效率

三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 对现有供应商的日常表现进行定期监控和考核是_____。

四、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 流通加工

五、案例分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

国内首创的 C2B2F 的生鲜供应链模式解读

“食行生鲜”首创 C2B2F 模式，充分融合互联网平台、物联网技术与全程冷链物流，通过预订制消费，以销定采，颠覆了生鲜农产品生产、储存、流通、销售的传统模式，逆向改造传统农业产业链。生鲜+社区 O2O，这是一家“重新发明了柜子”的企业。他们有句口号是：“价格比菜场低，有问题轻松退。”

“食行生鲜”于 2012 年上线，首创国内 C2B2F(C 指顾客、B 指企业、F 指农田或者工场)模式，用户预定是首位，信息传回到 B 端，B 端收集数据并整理，F 端今日收到订单，次日发货，模式是 T+1，购物端涵括微信商城、PC 端、PAD 端、手机端，而终端则是自营的社区生鲜柜。通过在社区设置自提生鲜柜，用户可 24 小时取菜，实现了无人式交付，完美解决“最后一公里”的配送难题。

“食行生鲜”充分融合互联网平台、物联网技术与全程冷链物流，通过预订制消费，以销定采，减少损耗，降低成本，颠覆了生鲜农产品生产、储存、流通、销售的传统模式，逆

向改造传统农业产业链。

“食行生鲜”在社区设立农产品直投智能冷藏柜，直接连通农产品生产基地与社区居民，为市民提供 24 小时买菜服务，打造“社区智能微菜场”，满足了市民对“家门口菜场”的需求，让广大市民轻松购买到更多优质、新鲜、安全的生鲜产品。

传统农业产业普遍存在采销信息不对称、食品安全把控难、食材损耗高等问题，食行生鲜响应政府号召，顺应市场需求，通过预订制消费，以销定采，减少损耗，降低成本，并建立起一整套完备的食品安全管控体系，严守“从农田到餐桌”的每一道防线。

截至 2016 年 4 月，“食行生鲜”的“社区智能微菜场”已进驻苏州、上海、北京、无锡四个城市，进入近 900 个社区，服务近 54 万户家庭，并计划在 2019 年进军国内 25 座重点城市，站点数量突破 31000 个，服务超过 2000 万户家庭。

问题：

1. “食行生鲜”未来推广的瓶颈和难点可能出现在什么方面？