

《电子商务网店运营》教学大纲

课程学时：54

适用的专业范围及层次：全日制专科电子商务专业

课程学分：3

考核方式：考试

编制人：林佩

说明

一、课程性质

该课程是电子商务专业的一门专业必修课。目标是让学生掌握市场调研、商品规划、商品标题优化、商品主图优化、商品详情页优化、店铺购物路径优化、网店营销、网店推广等网店运营与管理的基础知识与基本操作，初步具备网店运营工作的技术能力和职业素养。

二、课程目标

通过本课程的学习，学生在掌握淘宝、天猫、京东等平台店铺基本操作的基础上，能够了解和掌握这些平台店铺的运营知识，体验在真实环境中运营整体店铺的过程，为以后有效开展店铺运营分析、打造爆款等与实际岗位密切相关的工作打下坚实基础。

职业能力目标：

- 能够进行行业调研与分析
- 能够进行商品的选品和规划
- 能够完成店铺的开设
- 能够进行电商平台 SEO 优化
- 能够优化店铺商品

- 能够优化店铺页面
- 能够策划店铺活动
- 能够优化店铺路径，提升店铺运营指标
- 能够开展店铺日常推广工作

知识目标：

- 理解行业调研的工具、方法
- 掌握商品选品和定价的方法
- 熟悉店铺商品优化的内容和方法
- 熟悉店铺流量来源和路径
- 理解店铺购物路径规划的内容
- 掌握店铺运营数据的获取方法和分析工具
- 理解店铺活动的评估方法

素养目标：

- 具备基本的职业道德和法律意识
- 具备基本的信息获取能力和数据分析能力
- 具备良好的方案策划能力
- 具备良好的沟通能力与团队意识
- 具备较强的竞争意识和创新意识
- 具备较强的自主学习能力

三、课程内容和要求

（一）教学进度安排

根据教学计划规定的学时数为 54 学时，具体学时分配如下表，供参考。

项目	工作任务	知识点	训练或工作项目	教学重点	教学情境与教学设计	建议学时
网店基础认知	认识电商平台	电商平台的分类 电商平台的功能模块	介绍不同的电商平台类型 分析对比不同电	分析不同类型的电商平台及 电商平台的功能	讲解和分析 实战演示	3

			商平台的功能模块	能模块		
	认识网店运营	网店运营的工作内容 网店后台的界面模块	讲解网店运营的具体工作内容 讲解网店后台界面的各个模块	了解网店运营的具体工作内容 掌握网店后台界面能够实现的功能	讲解和分析 实战演示	3
网店规划	市场数据分析	市场调研的重要性 市场调研的数据指标 市场调研的方法	讲解市场调研具体的调研内容、调研过程和分析方法	掌握市场数据调研与分析的方法	讲解和分析 案例展示	2
	商家规划	商家规划的内容 网店定位的内容	根据市场数据分析,进行网店经营类目和网店人群、风格定位	理解商家规划的具体内容	讲解和分析	1
	商品选品	商品选品的原则和选品分析的工具	根据商品选品的原则,选择合适的选品工具和供应商	理解商品选品原则 了解商品选品的工具	讲解和分析 实战演示	3
	商品定价	商品定价的基本原理 商品定价的策略	能根据网店的定位,对具体的商品进行定价	掌握商品定价的策略	讲解和分析 实战演示	3
网店开设	网店开设	网店开设的基本操作	能够在淘宝、拼多多等平台上进行网店开设	了解不同平台网店开设的区别	讲解和分析	1
	网店装修	首页及详情页的设计	根据首页和详情页的布局,完成网店的首页和详情页的设计	网店首页和详情页的布局	讲解和分析 实战演示	2
网店优化	SEO 搜索规则	搜索排名的影响因素	讲解电商平台的搜索规则 讲解搜索排名的影响因素	理解电商平台的搜索规则	讲解和分析	1
	宝贝标题优化	长尾关键词的概念 关键词的获取途径 宝贝标题的组合方法	讲解关键词种类 演示关键词的获取方法 演示关键词组合成宝贝标题	掌握关键词获取方法	讲解和分析 实战演示 案例分析	2
	商品卖点挖掘	商品主图的设计	讲解商品主图的重要性 讲解商品主图的	理解商品主图的设计要素	讲解和分析 案例分析	2

			设计要素			
	商品卖点挖掘	商品详情页的设计	讲解商品详情页的重要性 讲解商品详情页的布局方法	掌握商品详情页的布局方法	讲解和分析案例分析	3
	购物路径优化	导航栏的功能 首页的流量 关联销售的设计	讲解导航栏的位置及功能 讲解首页的流量 讲解关联销售的设计	掌握关联销售的设计方法	讲解和分析案例分析	1
店铺营销转化	店铺活动策划	店铺活动的类型 店铺活动策划的流程	能根据店铺运营目标,制定可行的店铺营销活动	掌握各种类型的店铺活动的作用	讲解和分析案例分析	1
	店铺平台活动	报名平台活动策划店铺活动	讲解各种平台活动的报名条件 讲解店铺活动的策划内容	掌握店铺活动的策划内容	讲解和分析实战演示案例分析	2
	内容营销	网店内容营销的策划	讲解网店图文营销、短视频营销	掌握网店内容营销的技巧	讲解和分析实战演示案例分析	6
	直播营销	网店直播营销的策划	直播脚本的设计、单品脚本的设计	掌握网店直播营销的技巧	讲解和分析实战演示案例分析	3
店铺推广	店铺SEM推广	SEM推广概述、检索原理和扣费机制及账户搭建	能给店铺制定SEM推广计划	掌握SEM推广的检索原理	讲解和分析	6
	店铺信息流推广	信息流推广概述、竞价机制和账户搭建	能给店铺制定信息流推广计划	掌握信息流推广的检索原理	讲解和分析	4
	店铺淘宝客推广	淘宝客推广概述、推广原理和推广计划	能给店铺制定淘宝客推广计划	掌握淘宝客推广的原理	讲解和分析	2
运营数据分析	运营效果分析	店铺分析和商品分析的数据指标	讲解店铺和商品的数据分析指标和工具	掌握店铺和商品数据分析的方法	讲解和分析	3
总计						54

(二) 思政映射与融入点

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	融入点与实施抓手	授课形式与教学方法	教学预期成效
------	------	----------	----------	-----------	--------

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	融入点与实施抓手	授课形式与教学方法	教学预期成效
1	项目一任务一：电子商务平台认知	科技强国、数字经济国家战略、“一带一路”电商出海	对比中外平台发展数据，剖析中国电商全球领先原因；引入“丝路电商”案例	数据对比+案例讲授+小组辩论“中国电商为什么能”	增强民族自豪感、道路自信
1	项目一任务二：网店运营与推广认知	劳动精神、工匠精神、合法经营	展示优秀校友“草根创业→品牌出海”视频，强调十年磨一剑的坚持	视频观摩+头脑风暴“我的电商梦”	树立正确创业观、劳动观
2	项目二任务一：市场数据调研	实事求是、数据伦理、国家统计法	使用国家统计局《网络零售统计公报》作数据源，演练前宣誓“数据不造假”	情景模拟“一次真实的数据报告”+诚信宣誓	强化求真务实、法治意识
3	项目二任务二：网店定位	乡村振兴、共同富裕	引入“县域农产品上行”成功店铺，讨论如何助力家乡特产销售	小组 PPT“我为家乡做定位”路演+教师点评	激发家国情怀、社会责任感
4	项目二任务三：商品选品	文化自信、非遗活化	以“非遗+电商”爆款（青狮、坪上炒茶）为例，分析文化赋能溢价	案例讲授+直播选品实操“我为非遗带货”	提升文化认同感、创新自信
5	项目二任务四：商品定价	公平竞争、诚信经营、反垄断法	讨论“双十一”虚假先涨后罚案例，计算消费者损失；签订《诚信定价承诺书》	案例计算+角色扮演“价格听证会”	树立法治与经济伦理观念
6	项目三任务一：网店开设	放管服改革、营商环境优化	展示各地“一网通办”营业执照 30 分钟办结流程，对比改革前后	政务平台实操+邀请市场监管部门线上答疑	增强制度自信
6	项目三任务二：商品管理	知识产权保护、民族品牌自强	分析“白象”“蜂花”因商标被侵权案例，演练商品标题避坑	案例研讨+商标检索实训	树立品牌保护意识

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	融入点与实施抓手	授课形式与教学方法	教学预期成效
7	项目三任务三：网店装修	美育教育、社会主义核心价值观可视化	以“中国色”（胭脂、天青、月白）为主色调设计首页，植入24字核心价值观海报	设计工作坊+“最美中国色店铺”投票	提升审美与人文素养
8	项目四任务一：SEO认知	科技自立自强、国产搜索算法创新	介绍阿里妈妈“超链分析”专利突破，对比谷歌外链依赖	讲授+实验“同一关键词不同算法排名对比”	强化自主创新自信
9	项目四任务二：商品标题优化	国家通用语言文字法、汉字之美	纠正“标题党”错别字，开展“规范用字·汉字温度”小竞赛	纠错游戏+“最美标题”评选	增强语言文化自信
10	项目四任务三：商品卖点挖掘	工匠精神、质量强国	邀请“大国工匠”线上访谈，分享0.01mm精度如何成就爆款五金工具	访谈+卖点提炼实训	树立质量终身观
11	项目四任务四：购物路径规划	以人民为中心、用户体验	调研老年消费者“数字鸿沟”，设计适老化导航路径	用户画像+适老化原型测试	培养用户同理心、社会关怀
12	项目五任务一：活动营销	红色文化、建党精神	策划“七一”红色文创店铺活动，设置“党史知识”互动抽奖	活动策划+知识竞答	传承红色基因
13	项目五任务二：内容营销	主流价值、青年责任	以“可持续时尚”为主题，用图文/短视频倡导低碳消费	内容创作+绿色话题挑战赛	树立绿色消费观
14	项目五任务三：直播营销	网络文明、主播自律	学习《网络直播营销管理办法》，模拟“翻车”危机公关	法规测试+危机模拟直播	强化法治与底线意识
15	项目六任务一：SEM推广	国家广告法、付费排名透明化	分析“3·15曝光竞价医疗广告”事	事件复盘+合规方案PK	提升守法经营素养

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	融入点与实施抓手	授课形式与教学方法	教学预期成效
			件，撰写合规推广方案		
17	项目六任务三：淘宝客推广	共同富裕、灵活就业	统计“淘客村”人均月收入变化，讨论分享经济带动乡村就业	数据透视+乡村淘客故事分享	认识共享经济的共富价值

四、实施建议

（一）教材选用

教材选用《网店运营与管理（慕课版）》，章琤琤、朱合圣主编，人民邮电出版社，2022-05。本课程前置、并修专业课程为信息、管理、计算机基础等方面的相关课程，包括：《电子商务概论》、《计算机应用基础》、《图像处理》《经济学》，学生同步学习电子商务相关专业知识。

正是如此，本课程的内容偏向基础，教学的知识点以常用、基础为主，着力点放在引导学生“学和做”上，将教学重难点转化为教学任务，细化为实操练习，充分发挥学生的主观能动性，培养学生自主学习、分析问题和解决问题的能力，培养学生初具现代管理、信息技术、网络营销的综合思维能力，为学生后续移动商务专业课程的深入学习奠定良好基础。

（二）教学建议

根据本课程教学内容的特点，可考虑项目驱动教学法、角色扮演法和案例讲解法等教学方法的灵活运用。结合教材的项目实训以学生的实践操作为主，开展实战项目演练，着力培养学生掌握电子商务典型工作岗位的店铺运营技能。鼓励学生自己积极参与企业店铺运营工作，在学习中实践，在实践中提升。

（三）教学基本条件

实训地点：安排在理实一体化教学的场所实施教学；实训设备：每位学生配有一台安装 photoshop 等软件的计算机。

（四）课程资源的利用

线上和线下教学相融合，线上教学资源可以浙江省高等学校在线开放课程共享平台上的《网店运营》在线开放课程资源进行学习，同时教材当中也提供了很多的案例资源和微课视频。

五、教学评价

采用“形成性考核+期末考试”的评价方法：

1.形成性考核占学期总成绩的 30%，内容包括课堂考勤、课堂表现、作业成绩、线上学习等形式。

2.期末考试占学期成绩的 70%，主要考核学生对网店运营知识的理解和掌握情况。