

《网店运营与推广》课程 教学标准

课程名称：网店运营与推广

课程学分：3

课程学时：54

考核方式：考查

适用的专业范围及层次：全日制专科电子商务、移动商务专业

编制人：皮兴进

说 明

一、课程教学目标和要求

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》（职教 20 条），积极推动“学历证书+若干职业技能等级证书”制度，进一步完善相关行动技术技能标准体系，为技术技能人才教育和培训提供科学、规范的依据，本课程以证促教、以证促学，以网店运营与推广 1+X 证书（中级）考试为引领，深入浅出阐述系统知识，理论知识与实用技能融会贯通，使学生能够触类旁通，构建起网店推广的完整知识体系，在实际工作中能高效运营不同的网店推广平台。

《网店运营推广》（中级）：主要面向搜索引擎推广、信息流推广等岗位（群），完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务，具备网店推广能力。

1、课程教学目标

通过教学，使大学生达到以下目标：

（一）网店推广认知

能够了解网店推广新趋势；能够掌握网店推广新技术；能够熟悉网店推广新思维。

（二）SEO 优化

能够了解 SEO 对网店推广的作用及搜索引擎排序机制；能够掌握搜索排名影响因素；能根据搜索引擎的工作原理和商品关键词常用挖掘策略，通过对商品和用户的分析，拆解关键词词根，完成商品关键词的挖掘工作；能根据关键词分类方法与规范，通过数据分析，对挖掘的关键词进行分类，建立关键词词库；能根据建立的商品关键词词库，依据选词和组词策略，制作合适的商品标题；能根据 SEO 规则，通过数据分析，完成商品标题的优化；能根据商品资料和行业经验，完善商品详情页的基本参数；能根据商品资料和受众特点，提炼商品的卖点，并将卖点转化成详情页创意。

（三）SEM 推广

能够掌握常见的搜索广告系统；能够掌握搜索广告的账户结构与商品形态；能够学会 SEM 推广的投放原理与扣费机制；能根据任务背景，拆解任务目标，选择合适的推广计划类型，完成推广资金分配，并制定合理的推广计划出价策略，推广地域、日期策略，并在实训软件上完成 SEM 推广账户搭建；能根据平台反馈数据，优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、地域策略、日期策略等；能根据平台反馈数据，调整优化关键词的选词与出价、匹配类型；能根据平台提示，优化推广创意和定向人群，提高广告点击率和转化率。

（四）信息流推广

能够掌握信息流广告的特点与推广账户结构；能够掌握信息流广告竞价机制；能够根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略；能够制定相应的推广计划策略、推广组策略；能够制定相应的推广创意和落地页策略；能够熟练、准确地完成信息流推广账户的

搭建；能根据平台反馈数据，优化受众定向方式、广告预算、出价策略等，提高广告推广效果；能根据受众定向报表，优化受众人群，提高受众精准度；能根据平台提示，优化推广创意，提高创意点击率、转化率。

2、课程思政育人目标

（一）提高学生决策能力

通过本课程的学习，培养学生 SEO 优化能力、SEM 推广能力、信息流推广能力。激发学生提前体验到了和真实工作环境相似的氛围，丰富了学生的学习体验，增强了学生对推广相关工作能力的自信心。在探索解决现实问题的过程中，体会策略、技巧和数据的重要性，发展学生的应用意识，体验成功的乐趣。

（二）培养沟通技巧和解决问题的能力

- 提高学生网店推广的兴趣和能力。
- 培养学生提出问题、分析问题、解决问题能力。
- 提高学生的沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等各种通用技能。

二、课程教学内容与学时分配

1、教学进度安排

根据教学计划规定的学时数，总课时 54 学时，各模块学习具体学时分配如下表，供参考。

序号	模块、任务内容	实践教学		课时小计	备注
		课时数	教学方式		
1	模块一：网店推广认知	3	讲授+实践	3	
2	模块二：SEO 优化	9	讲授+实践	9	
	（1）SEO 的作用与原理	1	讲授+实践	1	
	（2）搜索排名影响因素	1	讲授+实践	1	
	（3）关键词挖掘与分析	1	讲授+实践	1	
	（4）标题制作与优化	3	讲授+实践	3	

	(5) 详情页优化	3	讲授+实践	3	
3	模块三：SEM 推广	24	讲授+实践	24	
	(1) SEM 推广概述	3	讲授+实践	3	
	(2) SEM 推广策略制定	6	讲授+实践	6	
	(3) SEM 推广账户搭建	9	讲授+实践	9	
	(4) SEM 推广账户优化	6	讲授+实践	6	
4	模块四：信息流推广	18	讲授+实践	18	
	(1) 信息流推广概述	3	讲授+实践	3	
	(2) 信息流推广策略制定	3	讲授+实践	3	
	(3) 信息流推广账户搭建	6	讲授+实践	6	
	(4) 信息流推广账户优化	6	讲授+实践	6	
合计		54		54	

2. 思政映射与融入点

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	教学预期成效
1-2	网店推广认知	通过课程的教学,培养学生克服困难,努力学习的品质。	讲授、演示、实践、个别指导	树立正确的价值观,具备正确的行为准则和吃苦耐劳的品质。端正认真学习的态度。
3-8	SEO 优化店铺设计	随着课程的深入开展,引导学生积极参与班级、校园等活动。 培养责任感和认真的做事态度。 能够分析好的网络案例。	讲授、演示、实践、个别指导	具备良好的公民素养和社会道德观念。 养成坚持学习的习惯。
9-14	SEM 推广	培养学生健康、快乐、自信、积极向上的心态。 勤于思考,解决现实问题。 多角度思考,设计解决问题的不同方案。	讲授、演示、实践、个别指导	能够增强学生自我表现意识。 主动学习,适应社会发展的需求的专业技能。
15-18	信息流推广	培养学生良好的创新意识和实践能力。 收集整理数据,	讲授、演示、实践、个别指导	增强自主学习能力,勇于尝试的精神,多实践操作达到更好的能力水

		科学分析问题的能力。 促进学生个性特长的发展和素质的提升。		平。 具备创新精神和灵活解决问题的能力。
--	--	----------------------------------	--	-------------------------

三、教学建议

上课教师需要及时了解学生的相应课程内容掌握情况，查看实践内容的完成进度，合理评估学生的整体课程学习情况，可以根据实际课程教学情况，适时调整教学进度，以便学生更好掌握课程要求。

四、课程内容（课时：54）

（一）模块一：网店推广认知（课时：3）

教学目标：

- 1、了解网店运营的流量红利时期以及电子商务的三个时代。
- 2、理解网店推广新趋势。
- 3、掌握 SEO 优化、SEM 的主要内容。
- 4、理解网店推广新思维并会运用。

教学内容：

- 一、网店推广的新趋势
- 二、网店推广的新技术
- 三、网店推广的新思维

（二）模块二：SEO 优化（课时：9）

教学目标：

- 1、能够了解 SEO 对网店推广的作用及搜索引擎排序机制。
- 2、能够掌握搜索排名影响因素。
- 3、能根据搜索引擎的工作原理和商品关键词常用挖掘策略，通

过对商品和用户的分析，拆解关键词词根，完成商品关键词的挖掘工作。

4、 能根据关键词分类方法与规范，通过数据分析，对挖掘的关键词进行分类，建立关键词词库。

5、 能根据建立的商品关键词词库，依据选词和组词策略，制作合适的商品标题。

6、 能根据 SEO 规则，通过数据分析，完成商品标题的优化。

7、 能根据商品资料和行业经验，完善商品详情页的基本参数。

8、 能根据商品资料和受众特点，提炼商品的卖点，并将卖点转化成详情页创意。

教学内容：

任务一 SEO 作用与原理

1、SEO 对网店推广的作用

2、搜索引擎排序机制

任务二 搜索引擎排名因素

1、描述质量

2、相关性

3、服务质量

4、权重

任务三 关键词挖掘与分析

1、关键词分类

2、关键词挖掘与词库制作

任务四 商品标题优化

1、商品标题制作

2、商品标题优化

3、网页标题优化

任务五 详情页优化

- 1、商品属性优化
- 2、详情页文案优化
- 3、详情页视频优化
- 4、详情页描述优化
- 5、网站链接优化

（三）模块三：SEM 推广（课时：24）

教学目标：

- 1、能够掌握常见的搜索广告系统。
- 2、能够掌握搜索广告的账户结构与商品形态。
- 3、能够学会 SEM 推广的投放原理与扣费机制。
- 4、能根据任务背景，拆解任务目标，选择合适的推广计划类型，完成推广资金分配，并制定合理的推广计划出价策略，推广地域、日期策略，并在实训软件上完成 SEM 推广账户搭建。
- 5、能根据平台反馈数据，优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、地域策略、日期策略等。
- 6、能根据平台反馈数据，调整优化关键词的选词与出价、匹配类型。
- 7、能根据平台提示，优化推广创意和定向人群，提高广告点击率和转化率。

教学内容：

任务一 SEM 推广概述

- 1、SEM 商品概览
- 2、SEM 投放原理
- 3、SEM 扣费机制
- 4、SEM 对 SEO 的影响

任务二 SEM 推广策略制定

- 1、 SEM 推广分析
- 2、 推广计划与推广组制定策略
- 3、 关键词策略
- 4、 创意策略
- 5、 人群定向策略
- 6、 地域时段策略
- 7、 场景营销策略
- 8、 站外 KOL 推广策略
- 9、 短视频推广策略

任务三 SEM 推广账户搭建

- 1、 SEM 账户搭建流程
- 2、 搭建推广计划与推广组
- 3、 关键词的添加与出价
- 4、 创意编辑
- 5、 SEM 人群定向

任务四 SEM 推广账户优化

- 1、 账户分析思路和方法
- 2、 账户推广数据分析
- 3、 账户推广效果优化

（四）模块四：信息流推广（课时：18）

教学目标：

- 1、 能够掌握信息流广告的特点与推广账户结构。
- 2、 能够掌握信息流广告竞价机制。
- 3、 能够根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略。
- 4、 能够制定相应的推广计划策略、推广组策略。
- 5、 能够制定相应的推广创意和落地页策略。

- 6、能够熟练、准确地完成信息流推广账户的搭建。
- 7、能根据平台反馈数据，优化受众定向方式、广告预算、出价策略等，提高广告推广效果。
- 8、能根据受众定向报表，优化受众人群，提高受众精准度。
- 9、能根据平台提示，优化推广创意，提高创意点击率、转化率。

教学内容：

任务一 信息流推广概述

- 1、信息流推广概念
- 2、信息流推广账户
- 3、信息流推广人群定向
- 4、信息流广告与 SEM 的区别
- 5、信息流底层构架与逻辑

任务二 信息流推广策略制定

- 1、信息流推广目标分析
- 2、投放策略
- 3、受众定向策略
- 4、资源位策略
- 5、信息流推广创意策略

任务三 信息流推广账户搭建

- 1、信息流账户搭建
- 2、信息流人群定向设置
- 3、信息流创意制作
- 4、信息流落地页制作

任务四 信息流推广账户优化

- 1、账户优化
- 2、人群定向与出价优化
- 3、创意优化

4、 落地页优化

五、教材及相关资源

1、 北京鸿科经纬科技有限公司. 网店推广（中级）.高等教育出版社，2022 年 8 月第 2 版

2、 北京鸿科经纬科技有限公司. 网店推广实训（中级）.高等教育出版社，2022 年 8 月第 2 版

3、 线上资源：1+X 云课程（<http://yun.hotmatrix.cn>）

2026 年 3 月 15 日