

《新媒体数据分析》课程

教学标准

课内学时数：54

课程实验学时数：36

适用的专业范围及层次： 全日制专科移动电商、直播电商专业
学分：3

考核方式：考查

编制人：廖志豪、黄晓锋

说 明

一、教学目的和要求

课程目标

通过本课程（培训）的学习，帮助学生能够理解电子商务数据分析的内涵、意义、作用、思路、工具；认识电子商务数据化运营理念；掌握数据采集和处理方案撰写，通过数据分析目标，明确数据指标类型、数据获取渠道并对数据进行初步整理。掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下数据分析目标，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并进行运营优化，完成数据分析报告撰写。

知识目标

- (1) 了解电子商务运营的概念及基本内容；
 - (2) 了解电子商务数据化运营的含义；
 - (3) 熟悉电子商务企业组织架构及各部门职责；
 - (4) 了解数据采集与处理方案；
 - (5) 熟悉电子商务数据指标体系；
 - (6) 熟悉电子商务数据采集渠道数据类型；
 - (7) 熟悉常用电子商务数据采集工具的使用范围及功能；
 - (8) 了解市场数据分析的内容；
 - (9) 明确市场数据分析的价值；
 - (10) 了解市场需求分析的重要性；
 - (11) 熟悉竞争对手的界定方法；
 - (12) 了解运营数据分析的必要条件及内容；
 - (13) 熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识
- 与指标；
- (14) 熟悉产品数据分析的概念和内容；
 - (15) 了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度；
 - (16) 掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法；
 - (17) 掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法；
 - (18) 能熟悉电子商务常用数据指标及其含义；

- (19) 熟悉数据监控的一般流程;
- (19) 了解数据监控报表制作的设计要素;
- (20) 了解报告的主要类型及各类型的特点。

能力目标

- (1) 能够理解电子商务运营的业务流程;
- (2) 能够掌握电子商务数据化运营的工作流程;
- (3) 能够制定数据分析目标;
- (4) 能够合理选择数据采集工具及确定数据渠道;
- (5) 能够撰写数据采集与处理方案及数据采集表;
- (6) 能够根据获取的数据进行行业集中度分析;
- (7) 能够进行市场容量分析及预测;
- (8) 能够分析市场需求量变化趋势以及客户对品牌、价格、属性的偏好;
- (9) 掌握识别竞争对手的方法;
- (10) 能够进行竞店和竞品分析;
- (11) 能够进行客户数据分析, 包括客户特征分析、客户忠诚度分析、客户行为分析;
- (12) 能够进行推广数据分析, 包括推广渠道分析、关键词推广分析、活动推广效果分析、内容运营分析;
- (13) 能够进行销售数据分析, 包括交易数据分析、服务数据分析;
- (14) 能够进行供应链数据分析, 包括采购数据分析、物流数据分析、仓储数据分析;
- (15) 能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析;
- (16) 能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析;
- (17) 能使用生意参谋工具完成产品数据分析;
- (18) 能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析;
- (19) 能设计数据分析报告框架, 并完成数据分析报告的撰写。

课程思政育人目标

- (1) 熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规;
- (2) 能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观;
- (3) 熟悉计算机信息技术相关法律法规, 合理合法的开展数据收集行为;
- (4) 遵守职业道德, 在进行数据分析时不弄虚作假;
- (5) 具备数据保密意识, 尊重公民隐私, 遵守职业道德;
- (6) 具备良好的数据安全意识, 以及较强的数据判断能力;
- (7) 具备较强的系统化思维和文字表达能力。

本大纲采用我国法定计量单位。

二、课程内容和学时分配

1. 教学进度安排

根据教学计划规定的学时数, 理论课 54 学时 (包括考试学时), 实验 36 学时, 具体学时分配如下表, 供参考。

课程内容和学时分配表

章数	内 容	理论课时	实验课时	小计
1	电子商务数据化运营认知	2	4	6
2	数据采集与处理的方案制定	3	6	9

3	市场数据分析	3	6	9
4	运营数据分析	5	10	15
5	产品数据分析	3	6	9
6	数据监控与报告撰写	2	4	6
合计		18	36	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
第 1-2 周	模块一：电子商务数据化运营认知	1. 坚守科学价值观，拒绝数据造假 2. 强化隐私保护与数据保密意识 3. 遵守电商行业职业道德	理论教学、案例教学、课堂讨论、实战操作	1. 实操中规范数据采集与处理 2. 建立隐私保护与数据保密意识 3. 形成诚信分析的职业认知
第 3-5 周	模块二：数据采集与分析方案制定	1. 遵守数据采集相关法律法规 2. 培养诚信职业素养，不虚构数据 3. 提升数据安全判断能力	理论教学、案例教学、课堂讨论、实战操作	1. 掌握合法数据采集边界 2. 撰写真实规范的分析方案 3. 能识别基础数据安全风险
第 6-8 周	模块三：市场数据分析	1. 遵守公平竞争法律法规 2. 客观分析数据，不片面解读 3. 保密客户画像敏感数据	理论教学、案例教学、课堂讨论、实战操作	1. 树立公平竞争职业理念 2. 养成全面客观的分析思维 3. 规范使用客户敏感数据
第 9-13 周	模块四：运营数据分析	1. 坚守职业道德，不篡改运营数据 2. 强化客户隐私与数据保密意识 3. 提升运营数据安全风险判断能力	理论教学、案例教学、课堂讨论、实战操作	1. 保证运营数据的真实性 2. 规范管理客户消费与隐私数据 3. 能识别供应链与销售数据异常
第 14-16 周	模块五：产品数据分析	1. 遵守电商运营相关法律法规 2. 坚持科学定价与真实销售分析 3. 保密产品核心数据	理论教学、案例教学、课堂讨论、实战操作	1. 掌握合规产品定价与运营逻辑 2. 客观分析产品销售数据 3. 养成产品核心数据保密习惯
第 17-18 周	模块六：数据监控与报告撰写	1. 遵守数据呈现相关行业标准 2. 坚持科学价值观，不歪曲数据结论 3. 提升系统化思维与专业表达能力	理论教学、案例教学、课堂讨论、实战操作	1. 制作真实合规的数据分析报告 2. 客观呈现数据结论，不夸大误导 3. 形成专业严谨的报告撰写风格

三、教学建议

原则上教师应该遵照教学大纲的要求，以及大纲所确定的基本内容完成教学任务，但对教学内容的顺序安排，教学时数的分配等方面，可根据实际情况灵活处理。凡注上*号的内容，可作为学生自学内容或任课教师根据情况自行选择讲授。

四、理论教学部分

模块	单元	主要内容
模块一 电子商务数据化运营认知	单元一 电子商务运营认知	电子商务运营概念
		电子商务企业部门构成与职责
		电子商务运营业务流程
	单元二 电子商务数据化运营认知	电子商务数据化运营的工作流程
电子商务数据化运营的价值		
模块二 数据采集与处理的方案制定	单元一 数据分析目标制定	电子商务数据分析需求分析
		数据分析目标制定
	单元二 数据分析指标制定	数据分析指标选择
		数据分析指标分类
	单元三 数据采集渠道及工具选择	数据来源渠道确认
		数据采集工具选择
	单元四 数据采集与处理的方案撰写	数据采集与处理的方案构成
常用数据采集与处理表格		
模块三 市场数据分析	单元一 市场数据分析认知	市场数据分析的内容
		市场数据分析的价值
	单元二 行业数据分析	行业发展分析
		市场需求分析
		目标客户分析
	单元三 竞争数据分析	竞争对手识别

		竞店分析
		竞品分析
模块四 运营数据分析	单元一 运营数据分析认知	运营数据分析的必要条件 运营数据分析的内容
	单元二 客户数据分析	客户分类的方法
		客户特征分析
		客户忠诚度分析
		客户行为分析
	单元三 推广数据分析	推广渠道分析
		关键词推广分析
		活动推广效果分析
		内容运营分析
	单元四 销售数据分析	交易数据分析
		服务数据分析
	单元五 供应链数据分析	采购数据分析
		物流数据分析
		仓储数据分析
	模块五 产品数据分析	单元一 产品数据分析认知
产品数据分析内容		
单元二 产品行业数据分析		产品搜索指数分析
		产品交易指数分析
单元三 产品能力数据分析		产品获客能力分析
		产品盈利能力分析
模块六 数据监控与报告撰写	单元一 数据监控	数据监控认知
		数据监控报表制作
		异常数据鉴别与分析
	单元二 数据分析报告撰写	数据分析报告的主要类型
		数据分析报告框架设计

五、实践教学部分

本课程以实践为主,其主要内容是通过实验让学生掌握新媒体数据分析的相关原理和综合应用,培养学生的实际操作能力和分析解决实际问题的能力。

六、建议使用教材及主要参考书

本课程教材采用北京博导前程信息技术股份有限公司依据教育部《职业技能标准开发指南》的相关要求开发的电子商务数据分析系列教材:《电子商务数据分析概论》和《电子商务数据分析实践(中级)》。