

《电子商务 B2C 运营》

整体教学设计

课程名称： 电子商务 B2C 运营

所属系部： 商学系

制定人： 李宜南

合作人： 电子商务 B2C 运营教学团队

制定时间： 2022

日照职业技术学院

课程整体教学设计

一、课程基本信息

课程名称：电子商务 B2C 运营		
课程代码：270508	学分：4	学时：60
授课时间：第四学期	授课对象：电子商务	
课程类型：专业职业能力必修课 课程类型：电子商务专业专业学习领域中专业职业能力必修课程		
先修课程： 《电子商务实务》 《计算机文化基础》 《办公自动化》 《网络营销实务》	后续课程： 《搜索引擎优化》 《电子商务案例分析》 《电子商务综合实训》 毕业顶岗实习	

二、课程定位

指出本课程面向的主要岗位。画出其典型工作流程图。

1. 岗位分析：

本专业毕业生的岗位分析：初次就业、二次晋升及发展岗位。

电子商务专业建设的根本目的在于如何培养与电子商务人才市场需求相一致的电子商务人才。为此。我们通过对省内多家企事业单位和公司进行调研，经过详细分析研究，其结果显示了如下特征：

(1) 电子商务的急剧发展，企业的电子商务意识不断增强，特别是复合型电子商务人才的严重短缺，将带来电子商务业界一场空前激烈和白热化的人才竞争。中、初级电子商务应用人才匮乏将日益突出，这为电子商务教育的发展提供了很好的契机。

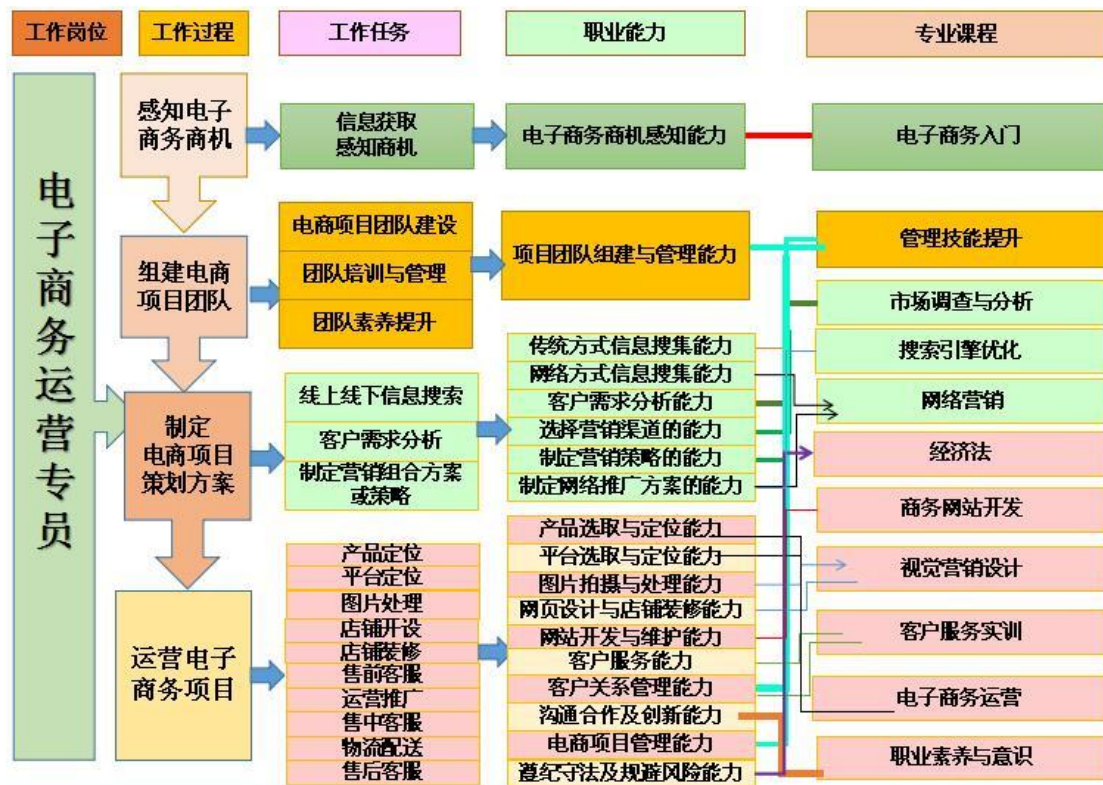
(2) 电子商务专业培养的人才是复合型人才，其专业涉及到经济、管理、信息、计算机等多门学科。高等院校和高等职业学校，易于合理整合学校资源，配备专业教师，培养不同层次的专业技术人才。所以高等职业学校将在未来的时期有很大的发展空间。我校电子商务专业的发展，不仅能满足日照本地经济发展对电子商务人才的需求，而且还能对营销、物流、会计等相关专业产生强大的辐射和带动作用，促进本地区及全省经济的快速发展。

根据调研情况分析，目前电子商务专业学生主要有以下就业领域和岗位：

职业领域	岗位面向	主要就业岗位	相关就业岗位
1. 电商运营 2. 数据挖掘	初始就业岗位	电子商务运营专员	SEO 主管等
			售前（后）客服主管等
		网店店长	
		数据挖掘与分析专员	数据挖掘与分析
发展就业岗位	电子商务运营主管	电子商务运营主管	电子商务运营主管
		数据挖掘与分析主管	数据挖掘与分析主管

根据调研情况分析，电子商务专业学生在工作岗位中涉及的电子商务 B2C 运营相关内容较多，电子商务 B2C 运营课程的重要性得到普遍认可。

目前，电子商务专业学生主要涉及以下课程相关内容：



电子商务运营专员岗位图

电子商务 B2C 运营能力需求、知识需求和素质需求。

能力要求

1. 能够了解网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等；
3. 能够掌握 SEO 优化，SEO 的作用与原理。搜索排名影响因素，关键词挖掘与分析，标题制作与优化，详情页优化等；
4. 能够掌握 SEM 推广，淘宝直通车推广、百度推广；
5. 能够掌握信息流推广，今日头条推广等当前热点平台的核心推广技能。

知识要求

1. 认识电子商务 B2C 运营目标；
2. 了解网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等；
3. 掌握 SEO 优化，SEO 的作用与原理。搜索排名影响因素，关键

词挖掘与分析，标题制作与优化，详情页优化等；

4. 掌握 SEM 推广，淘宝直通车推广、速卖通推广、百度推广；

5. 掌握信息流推广，今日头条推广等当前热点平台的核心推广技能。

素质要求

1. 语言能力：不断提高自己的语言、文字及网络表达水平，能够顺畅的与企业及网络相关人员进行沟通；

2. 沟通能力：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与有关方进行有效沟通；

3. 学习能力：不断学习电子商务 B2C 运营领域新知识、新案例、新法规等，通过不同的途径获取商务信息包括产品信息、客户信息、政策信息等，通过不断学习，提升自己业务水平；

4. 精神面貌：高效严谨、细致耐心、责任心强、吃苦耐劳；具有良好的团队合作精神；具有市场竞争意识。

2. 课程分析：

标出本课程在课程体系中的位置（前导课、后续课）。

说明本课程与普通高校、中职（高职）、培训班相关课程的异同。

先修课程：《电子商务实务》、《计算机文化基础 》、《网络营销实务》

后续课程：《搜索引擎优化》、《电子商务案例分析》、《电子商务综合实训》、毕业顶岗实习

本课程与本科、中职和培训班的区别

<p>本科： 注重理论。通过学习，学生能懂得与电子商务 B2C 运营业务有关的理论知识，但是针对各个业务环节的操作动手能力差。</p>	<p>高职： 以工作过程为导向，重点培养学生对完整的电子商务 B2C 运营业务流程的操作技能和管理能力。学生既具有必要的理论知识，又具备较强的电子商务 B2C 运营业务实操能力。</p>
<p>中职： 理论知识和操作知识都较浅，只针对电子商务企业中的相关概念，培养出来的学生无法胜任更高级的工作岗位——各业务部门主管。</p>	<p>培训班： 只针对电子商务 B2C 运营业务中的技能点进行培训，知识缺乏系统化，缺乏理论基础。</p>

三、课程目标设计

总体目标：

课程以电子商务 B2C 运营业务工作过程为主线，相关项目贯穿始终，并实现理论与实践的统一，通过该课程学习，学生能开展电子商务 B2C 运营，实现就业与上岗零距离。

能力目标：

1. 能够了解网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等；
3. 能够掌握 SEO 优化，SEO 的作用与原理。搜索排名影响因素，关键词挖掘与分析，标题制作与优化，详情页优化等；
4. 能够掌握 SEM 推广，淘宝直通车推广、百度推广；
5. 能够掌握信息流推广，今日头条推广等当前热点平台的核心推广技能。

知识目标：

1. 认识电子商务 B2C 运营目标；
2. 了解网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等；
3. 掌握 SEO 优化，SEO 的作用与原理。搜索排名影响因素，关键词挖掘与分析，标题制作与优化，详情页优化等；
4. 掌握 SEM 推广，淘宝直通车推广、速卖通推广、百度推广；
5. 掌握信息流推广，今日头条推广等当前热点平台的核心推广技能。

素质目标：

1. 语言：具有较高的语言水平，能与客户进行顺畅交流；
2. 沟通：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与国内相关业务往来方进行有效沟通；
3. 终身学习：不断学习电子商务 B2C 运营领域新知识、新案例、新法规等，通过不同的途径获取商务信息包括产品信息、客户信息、政策信息等，通过不断学习，提升自己业务水平；
4. 调研、分析、决策能力：能调研国内和国际市场，对数据进行分析和归纳，对贸易纠纷、突发事件等做出正确的分析判断和决策；
5. 高效严谨、耐心细致、责任心强、吃苦耐劳，具有市场竞争意识，稳定发展业务并不断开拓新业务；
6. 具有良好的团队合作精神，在工作岗位上对上级尊重、和同事和睦相处。

四、课程内容设计：

课程的知识 and 理论内容：

1. 列出根据课程目标重新选取和整合的课程内容。
2. 重新选取和整合后的课程内容要根据其内在的逻辑关系划分成若干个模块。
3. 确定课程中的重点难点。本课程的重点为使用电子商务 B2C 运营工具进行推广，难点为 SEM 推广。

序号	项目	工作任务	学时
1	认识电子商务 B2C 运营课程	1-1 认识电子商务 B2C 运营课程	2
		1-2 认识电子商务 B2C 运营岗位	2
2	SEO 的作用与原理	2-1 百度 SEO 的作用与原理	2
		2-2 淘宝 SEO 的作用与原理	2
3	搜索排名影响因素	3-1 百度搜索排名影响因素	2
		3-2 淘宝搜索排名影响因素	2
4	关键词挖掘与分析	4-1 百度关键词挖掘与分析	2
		4-2 淘宝关键词挖掘与分析	2
5	标题制作与优化	5-1 百度标题制作与优化	2
		5-2 淘宝标题制作与优化	2
6	详情页优化	6-1 百度网页优化	2
		6-2 淘宝详情页优化	2
7	SEM 推广认知	7-1 认知 SEM 推广	2
		7-2 SEM 投放原理	2
8	SEM 推广策略制定	8-1 百度 SEM 推广策略制定	2
		8-2 淘宝 SEM 推广策略制定	2
9	SEM 推广账户搭建	9-1 百度 SEM 推广账户搭建	2
		9-2 淘宝 SEM 推广账户搭建	2
10	SEM 推广账户优化	10-1 百度 SEM 推广账户优化	2
		10-2 淘宝 SEM 推广账户优化	2
11	信息流推广认知	11-1 信息流推广认知	2
		11-2 信息流推广竞价机制	2
12	信息流推广策略制定	12-1 信息流推广目标分析	2
		12-2 信息流推广策略制定	2
13	信息流推广账户搭建	13-1 信息流推广账户搭建	2
		13-2 信息流推广账户创意及落地页搭建	2
14	信息流推广账户优化	14-1 信息流推广账户优化	2
		14-2 人群、出价、创意、落地页优化	2

15	课程总结	15-1 课程总结	2
		15-2 课程总结	2

课程教学目标:

通过该课程学习, 学生进入企业能开展电子商务 B2C 运营。能够进行 SEO 优化, 掌握为企业网店进行优化的策略。能够进行 SEM 推广, 如直通车、钻石展位、淘宝客等。能够使用电子商务 B2C 运营工具为企业或自己的网店进行电子商务 B2C 运营, 选择合适的电子商务 B2C 运营渠道。

五、能力训练项目设计

能力训练项目设计 (课程的内容通过项目和任务来实现)

编号	实训项目 (任务) 名称	子项目编号、名称	知识目标	能力目标	实施步骤	可展示的结果或考核标准
1	认识电子商务 B2C 运营课程	1-1 认识电子商务 B2C 运营课程	总体上了解电子商务 B2C 运营课程需要学习的知识和内容。	从总体上认识文电子商务 B2C 运营课程。	淘宝网案例: 开展电子商务 B2C 运营, 打开市场, 寻找新的出路。需要考虑哪些方面。教师演示、讲授, 学生回答问题、参与讨论、进行互动等	小组讨论汇报: 开展电子商务 B2C 运营, 需要考虑哪些方面。
		1-2 认识电子商务 B2C 运营岗位	总体上了解电子商务 B2C 运营课程对应的岗位需求。	从总体上认识电子商务 B2C 运营岗位需求。	电子商务 B2C 运营岗位能力、知识、素质要求, 如何开展电子商务 B2C 运营, 寻找新的出路。需要考虑哪些方面。教师演示、讲授, 学生回答问题、参与讨论、进行互动等	小组讨论汇报: 从事电子商务 B2C 运营, 需要掌握哪些技能。

2	SEO 的作用与原理	2-1 百度 SEO 的作用与原理	了解百度 SEO 的作用与原理	学会搜索引擎工作原理	以海尔官网和石材网站为例，学生分组进行搜索、教师指导并及时纠正。	考核内容：学生对海尔官网和石材网站进行分析。 考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
		2-2 淘宝 SEO 的作用与原理	了解淘宝 SEO 的作用与原理	学会淘宝 SEO 的作用与原理	以淘宝网店为例，分析淘宝 SEO 的作用与原理。	学生对选择的淘宝网店进行分析。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
3	搜索排名影响因素	3-1 百度搜索排名影响因素	掌握关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略等。	学会关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略等。	1. 教师检查课前任务：了解百度搜索排名影响因素。 2. 学生分组展示。 3. 学生学习关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略等。 4. 学生分组展示任务成果。 5. 总结及作业。	分析海尔官网排名因素。 考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
		3-2 淘宝搜索排名影响因素	掌握淘宝搜索排名影响因素。	学会淘宝搜索排名影响因素。	1. 教师检查课前任务：了解淘宝搜索排名影响因素。 2. 学生分组展示。 3. 学生按照提示关注搜索引擎广告。 4. 学生分组展示任务成果。 5. 总结及作业。	分析淘宝搜索排名影响因素。 考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
4	关键词挖掘与分析	4-1 百度关键词挖掘与分析	掌握百度关键词挖掘与分析	学会关键词挖掘与分析，关键字挖掘、评估。	学生分组学习关键词挖掘与分析，分析关键字密度、关键字分布等。	学生分组学习关键词挖掘与分析，分析关键字密度、关键字分布等。 考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。

		4-2 淘宝关键词挖掘与分析	掌握淘宝关键词挖掘与分析	学会淘宝关键词挖掘与分析	学生分组进行淘宝关键词挖掘与分析	学生分组进行淘宝关键词挖掘与分析。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
5	标题制作与优化	5-1 百度标题制作与优化	掌握百度标题制作与优化。	学会百度标题制作与优化。	1. 教师检查课前任务：百度标题制作与优化。 2. 学生分组展示。 3. 学生分组展示任务成果。 4. 总结及作业。	百度标题制作与优化。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
		5-2 淘宝标题制作与优化	掌握淘宝标题制作与优化。	学会淘宝标题制作与优化。	1. 教师检查课前任务：淘宝标题制作与优化。 2. 学生分组展示。 3. 学生分组展示任务成果。	淘宝标题制作与优化。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
6	详情页优化	6-1 百度网页优化	掌握百度网页优化	学会百度网页优化。	1. 教师检查课前任务：百度网页优化 2. 学生分组展示。 3. 学生分组展示任务成果。 4. 总结及作业。	分析案例中百度网页优化。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
		6-2 淘宝详情页优化	掌握淘宝详情页优化	学会淘宝详情页优化	教师检查课前任务：了解淘宝详情页优化，学生分组展示。学生分组展示任务成果。	淘宝详情页优化。考核方法：分组展示。
7	SEM 推广认知	7-1 认知 SEM 推广	掌握 SEM 推广认知	学会 SEM 推广认知	学生分析 SEM 推广	学生分析 SEM 推广认知
		7-2 SEM 投放原理	掌握 SEM 投放原理	学会 SEM 投放原理	学生分析 SEM 投放原理	学生分析 SEM 投放原理
8	SEM 推广策略制定	8-1 百度 SEM 推广策略制定	掌握百度 SEM 推广策略制定	学会百度 SEM 推广策略制定	学生分析百度 SEM 推广策略制定	分析百度 SEM 推广策略制定
		8-2 淘宝 SEM 推广策略制定	掌握淘宝 SEM 推广策略制定	学会淘宝 SEM 推广策略制定	学生分析淘宝 SEM 推广策略制定	分析淘宝 SEM 推广策略制定
9	SEM 推广账户搭建	9-1 百度 SEM 推广账户搭建	了解百度 SEM 推广账户搭建。	学会百度 SEM 推广账户搭建	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户搭建。	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户搭建。

		9-2 淘宝 SEM 推广账户搭建	了解典淘宝 SEM 推广账户搭建。	学会如何分析淘宝 SEM 推广账户搭建	学生分组讨论如何进行淘宝 SEM 推广账户搭建。	学生分组讨论如何进行淘宝 SEM 推广账户搭建。
10	SEM 推广账户优化	10-1 百度 SEM 推广账户优化	了解百度 SEM 推广账户优化。	学会如何分析百度 SEM 推广账户优化	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户优化。	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户优化。
		10-2 淘宝 SEM 推广账户优化	掌握淘宝 SEM 推广账户优化。	学会淘宝 SEM 推广账户优化。	学生分组进行事件营销策划。	学生分组进行病事件销策划。
11	信息流推广认知	11-1 信息流推广认知	了解信息流推广。	学会信息流推广	学生分组讨论如何进行信息流推广。	学生分组讨论如何进行信息流推广。
		11-2 信息流推广竞价机制	掌握信息流推广竞价机制。	学会信息流推广竞价机制。	学生分组分析信息流推广竞价机制。	学生分组分析信息流推广竞价机制。
12	信息流推广策略制定	12-1 信息流推广目标分析	掌握信息流推广目标分析	学会信息流推广目标分析	学生分组设计信息流推广目标分析	学生分组设计信息流推广目标分析
		12-2 信息流推广策略制定	掌握信息流推广策略制定	学会信息流推广策略制定	学生分组制定信息流推广策略	学生分组制定信息流推广策略
13	信息流推广账户搭建	13-1 信息流推广账户搭建	掌握信息流推广账户搭建	学会信息流推广账户搭建	学生分组进行信息流推广账户搭建	学生分组进行信息流推广账户搭建
		13-2 信息流推广账户创意及落地页搭建	掌握信息流推广账户创意及落地页搭建	学会信息流推广账户创意及落地页搭建	学生分组进行信息流推广账户创意及落地页搭建	学生分组进行信息流推广账户创意及落地页搭建
14	信息流推广账户优化	14-1 信息流推广账户优化	了解信息流推广账户优化	掌握信息流推广账户优化	学生分组设计信息流推广账户优化	学生分组讨论如何进行信息流推广账户优化
		14-2 人群、出价、创意、落地页优化	学会人群、出价、创意、落地页优化	掌握人群、出价、创意、落地页优化	学生分组学习人群、出价、创意、落地页优化	学生分组学习人群、出价、创意、落地页优化
15	课程总结	13-1 案例分析及课程总结	案例分析及课程总结	能够对本课程的案例进行分析优化，能够对本课程的内容进行总结汇报。	学生分组讨论如何进行电子商务 B2C 运营，学生分组讨论并汇总形成总结报告。	分析电子商务 B2C 运营案例网站，总结报告

		13-2 案例分析及课程总结	课程总结及未来展望	对本课程的内容进行总结汇报并对将来进行规划。	学生分组讨论如何进行电子商务 B2C 运营，学生分组讨论并汇总形成总结报告。	分析电子商务 B2C 运营案例网站，总结报告。
--	--	----------------	-----------	------------------------	--	-------------------------

六、项目情境设计

编号	一级子项目编号、名称	二级子项目编号、名称	三级子项目编号、名称	情境设计	任务
1	认识电子商务 B2C 运营课程	1-1 认识电子商务 B2C 运营课程	1-1-1 认识电子商务 B2C 运营课程	海尔官方旗舰店和日照恒宇石业有限公司案例：开展电子商务 B2C 运营，打开市场，寻找新的出路。需要考虑哪些方面。	认识电子商务 B2C 运营课程，明确电子商务 B2C 运营在电商业务中的作用
		1-2 认识电子商务 B2C 运营岗位	1-2-1 认识电子商务 B2C 运营岗位	在智联招聘查询电子商务 B2C 运营岗位能力、知识、素质要求，企业开展电子商务 B2C 运营，需要的人才素质，需要考虑哪些方面。	认识电子商务 B2C 运营人员应该具备的素质（明确电子商务 B2C 运营业务员的工作任务、明确应具备的知识和素质）
2	SEO 的作用与原理	2-1 百度 SEO 的作用与原理	2-1-1 了解百度 SEO 的作用与原理	以日照恒宇石业有限公司为例，分析搜索引擎工作原理。	访问日照恒宇石业有限公司网站，分析搜索引擎工作原理。
		2-2 淘宝 SEO 的作用与原理	2-2-1 了解淘宝 SEO 的作用与原理	以海尔旗舰店为例：学会淘宝 SEO 的作用与原理。	以海尔旗舰店为例：分析淘宝 SEO 的作用与原理。
3	搜索排名影响因素	3-1 百度搜索排名影响因素	3-1-1 关键字、URL、代码、图片、网页网站结构、链接策略	日照恒宇石业有限公司网站：分析关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略。	分析日照恒宇石业有限公司网站关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略。

		3-2 淘宝搜索排名影响因素	3-2-1 淘宝搜索排名影响因素。	分析海尔旗舰店： 1. 描述质量； 2. 相关性； 3. 服务质量； 4. 权重。	分析海尔旗舰店： 1. 描述质量； 2. 相关性； 3. 服务质量； 4. 权重。
4	关键词挖掘与分析	4-1 百度关键词挖掘与分析	4-1-1 百度关键词挖掘与分析。	日照恒宇石业有限公司网站：挖掘与分析关键词。	日照恒宇石业有限公司网站：挖掘与分析关键词。
		4-2 淘宝关键词挖掘与分析	4-2-1 淘宝关键词挖掘与分析。	挖掘与分析海尔旗舰店关键词。	挖掘与分析海尔旗舰店关键词。
5	标题制作与优化	5-1 百度标题制作与优化	5-1-1 百度标题制作与优化。	以日照恒宇石业有限公司为例：制作并优化公司网站标题。	制作并优化以日照恒宇石业有限公司网站标题。
		5-2 淘宝标题制作与优化	5-2-1 淘宝标题制作与优化。	以海尔旗舰店为例：制作并优化公司淘宝网标题。	制作并优化海尔旗舰店淘宝网标题。
6	详情页优化	6-1 百度网页优化	6-1-1 百度网页优化	以日照恒宇石业有限公司为例：制作并优化公司网页。	制作并优化以日照恒宇石业有限公司网页。
		6-2 淘宝详情页优化	6-2 淘宝详情页优化	以海尔旗舰店为例：制作并优化公司淘宝网网页。	制作并优化海尔旗舰店淘宝网网页。
7	SEM 推广认知	7-1 认知 SEM 推广	7-1-1 认知 SEM 推广	以日照恒宇石业有限公司为例：认知 SEM 推广。	以日照恒宇石业有限公司为例：认知 SEM 推广。
		7-2 SEM 投放原理	7-2-1 SEM 投放原理	以海尔旗舰店为例：分析 SEM 投放原理。	以海尔旗舰店为例：分析 SEM 投放原理。
8	SEM 推广策略制定	8-1 百度 SEM 推广策略制定	8-1-1 百度 SEM 推广策略制定	以日照恒宇石业有限公司为例：分析百度 SEM 推广策略制定。	以日照恒宇石业有限公司为例：分析百度 SEM 推广策略制定。
		8-2 淘宝 SEM 推广策略制定	8-2-1 淘宝 SEM 推广策略制定	以海尔旗舰店为例：分析淘宝 SEM 推广策略制定。	以海尔旗舰店为例：分析淘宝 SEM 推广策略制定。
9	SEM 推广账户搭建	9-1 百度 SEM 推广账户搭建	9-1-1 百度 SEM 推广账户搭建	以日照恒宇石业有限公司为例：练习百度 SEM 推广账户搭建。	练习日照恒宇石业有限公司百度 SEM 推广账户搭建。

		9-2 淘宝 SEM 推广账户搭建	9-2-1 淘宝 SEM 推广账户搭建	以海尔旗舰店为例：练习淘宝 SEM 推广账户搭建。	练习海尔旗舰店淘宝 SEM 推广账户搭建。
10	SEM 推广账户优化	10-1 百度 SEM 推广账户优化	10-1-1 百度 SEM 推广账户优化	以日照恒宇石业有限公司为例优化百度 SEM 推广账户。	优化日照恒宇石业有限公司百度 SEM 推广账户。
		10-2 淘宝 SEM 推广账户优化	10-2-1 淘宝 SEM 推广账户优化	以海尔旗舰店为例，优化淘宝 SEM 推广账户。	优化海尔旗舰店淘宝 SEM 推广账户。
11	信息流推广认知	11-1 信息流推广认知	11-1-1 信息流推广认知	以今日头条为例，认知信息流推广	认知今日头条信息流推广。
		11-2 信息流推广竞价机制	11-2-1 信息流推广竞价机制	以今日头条为例，分析信息流推广竞价机制。	分析今日头条信息流推广竞价机制。
12	信息流推广策略制定	12-1 信息流推广目标分析	12-1-1 信息流推广目标分析	以今日头条为例，分析信息流推广目标分析	今日头条信息流推广目标分析
		12-2 信息流推广策略制定	12-2-1 信息流推广策略制定	以今日头条为例，分析信息流推广策略制定	今日头条信息流推广策略制定
13	信息流推广账户搭建	13-1 信息流推广账户搭建	信息流推广账户搭建	以今日头条为例，分析信息流推广账户搭建	今日头条信息流推广账户搭建
		13-2 信息流推广账户创意及落地页搭建	信息流推广账户创意及落地页搭建	以今日头条为例，分析信息流推广账户创意及落地页搭建	今日头条信息流推广账户创意及落地页搭建
14	信息流推广账户优化	14-1 信息流推广账户优化	信息流推广账户优化	以今日头条为例，分析信息流推广账户优化	今日头条信息流推广账户优化
		14-2 人群、出价、创意、落地页优化人	人群、出价、创意、落地页优化	以今日头条为例，分析人群、出价、创意、落地页优化	今日头条人群、出价、创意、落地页优化
15	课程总结	15-1 课程总结	15-1-1 熟知该课程的知识结构体系；	本学期本课程学习总结并进行汇报	撰写本学期本课程学习总结并进行汇报

		15-2 课程总结	15-2-1 确定自主学习的内容与创新创业方向	交流今后努力方向或创业想法	交流今后努力方向或创业想法
--	--	-----------	-------------------------	---------------	---------------

七、课程进程表

第次	周次	学时	单元标题	项目编号	单元情境	单元任务	能力目标	知识目标	师生活动	考核内容、方法
1	1	2	1-1 认识电子商务 B2C 运营课程	1-1	海尔官方旗舰店和日照恒宇石业有限公司案例：开展电子商务 B2C 运营，打开市场，寻找新的出路。需要考虑哪些方面。	认识电子商务 B2C 运营课程，明确电子商务 B2C 运营在电商业务中的作用	从总体上认识文电子商务 B2C 运营课程。	总体上了解电子商务 B2C 运营课程需要学习的知识和内容。	淘宝网案例：开展电子商务 B2C 运营，打开市场，寻找新的出路。需要考虑哪些方面。教师演示、讲授，学生回答问题、参与讨论、进行互动等	小组讨论汇报：开展电子商务 B2C 运营，需要考虑哪些方面。
2	1	2	1-2 认识电子商务 B2C 运营岗位	1-2	在智联招聘查询电子商务 B2C 运营岗位能力、知识、素质要求，企业开展电子商务 B2C	认识电子商务 B2C 运营人员应该具备的素质（明确电子商务 B2C 运营业务员的	从总体上认识电子商务 B2C 运营岗位要求。	总体上了解电子商务 B2C 运营课程对应的岗位要求。	电子商务 B2C 运营岗位能力、知识、素质要求，如何开展电子商务 B2C 运营，寻找新的出路。需要考虑哪些方面。教师演示、讲授，学生回答问题、参与讨论、进行互动等	小组讨论汇报：从事电子商务 B2C 运营，需要掌握哪些技能。

					运营,需要的人才素质,需要考虑哪些方面。	工作任务、明确应具备的知识和素质)				
3	2	2	2-1 百度 SEO 的作用与原理	2-1	以日照恒宇石业有限公司为例,分析搜索引擎工作原理。	访问日照恒宇石业有限公司网站,分析搜索引擎工作原理。	学会搜索引擎工作原理	了解百度 SEO 的作用与原理	以海尔官网和石材网站为例,学生分组进行搜索、教师指导并及时纠正。	考核内容:学生对海尔官网和石材网站进行分析。 考核方法:分组展示,教师点评、小组互评。
4	2	2	2-2 淘宝 SEO 的作用与原理	2-2	以海尔旗舰店为例:学会淘宝 SEO 的作用与原理。	以海尔旗舰店为例:分析淘宝 SEO 的作用与原理。	学会淘宝 SEO 的作用与原理	了解淘宝 SEO 的作用与原理	以淘宝网为例,分析淘宝 SEO 的作用与原理。	学生对选择的淘宝网进行分析。考核方法:分组展示,教师点评、小组互评。
5	3	2	3-1 百度搜索排名影响因素	3-1	日照恒宇石业有限公司网站:分析关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略。	分析日照恒宇石业有限公司网站关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略。	学会关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略等。	掌握关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略等。	1. 教师检查课前任务:了解百度搜索排名影响因素。 2. 学生分组展示。 3. 学生学习关键字、URL、代码、图片、网页结构、网站结构、链接策略等。 4. 学生分组展示任务成果。 5. 总结及作业。	分析海尔官网排名因素。 考核方法:分组展示,教师点评、小组互评。
6	3	2	3-2 淘宝搜索排名影响因素	3-2	分析海尔旗舰店: 1. 描述质量; 2. 相关性; 3. 服务质量; 4. 权重。	分析海尔旗舰店: 1. 描述质量; 2. 相关性; 3. 服务质量; 4. 权重。	学会淘宝搜索排名影响因素。	掌握淘宝搜索排名影响因素。	1. 教师检查课前任务:了解淘宝搜索排名影响因素。 2. 学生分组展示。 3. 学生按照提示关注搜索引擎广告。 4. 学生分组展示任务成果。 5. 总结及作业。	分析淘宝搜索排名影响因素。 考核方法:分组展示,教师点评、小组互评。

7	4	2	4-1 百度关键词挖掘与分析	4-1	日照恒宇石业有限公司网站：挖掘与分析关键词。	日照恒宇石业有限公司网站：挖掘与分析关键词。	学会关键词挖掘与分析，关键字挖掘、评估。	掌握百度关键词挖掘与分析	学生分组学习关键词挖掘与分析，分析关键字密度、关键字分布等。	学生分组学习关键词挖掘与分析，分析关键字密度、关键字分布等。 考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
8	4	2	4-2 淘宝关键词挖掘与分析	4-2	挖掘与分析海尔旗舰店关键词。	挖掘与分析海尔旗舰店关键词。	学会淘宝关键词挖掘与分析	掌握淘宝关键词挖掘与分析	学生分组进行淘宝关键词挖掘与分析	学生分组进行淘宝关键词挖掘与分析。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
9	5	2	5-1 百度标题制作与优化	5-1	以日照恒宇石业有限公司为例：制作并优化公司网站标题。	制作并优化以日照恒宇石业有限公司网站标题。	学会百度标题制作与优化。	掌握百度标题制作与优化。	1. 教师检查课前任务：百度标题制作与优化。 2. 学生分组展示。 3. 学生分组展示任务成果。 4. 总结及作业。	百度标题制作与优化。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
10	5	2	5-2 淘宝标题制作与优化	5-2	以海尔旗舰店为例：制作并优化公司淘宝网店标题。	制作并优化海尔旗舰店淘宝网店标题。	学会淘宝标题制作与优化。	掌握淘宝标题制作与优化。	1. 教师检查课前任务：淘宝标题制作与优化。 2. 学生分组展示。 3. 学生分组展示任务成果。	淘宝标题制作与优化。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
11	6	2	6-1 百度网页优化	6-1	以日照恒宇石业有限公司为例：制作并优化公司网页。	制作并优化以日照恒宇石业有限公司网页。	学会百度网页优化。	掌握百度网页优化	1. 教师检查课前任务：百度网页优化 2. 学生分组展示。 3. 学生分组展示任务成果。 4. 总结及作业。	分析案例中百度网页优化。考核方法：分组展示，教师点评、小组互评。
12	6	2	6-2 淘宝详情页优化	6-2	以海尔旗舰店为例：制作并优化公司淘宝网页。	制作并优化海尔旗舰店淘宝网页。	学会淘宝详情页优化	掌握淘宝详情页优化	教师检查课前任务：了解淘宝详情页优化，学生分组展示。学生分组展示任务成果。	淘宝详情页优化。考核方法：分组展示。

13	7	2	7-1 认知 SEM 推广	7-1	以日照恒宇石业有限公司为例：认知 SEM 推广。	以日照恒宇石业有限公司为例：认知 SEM 推广。	学会 SEM 推广认知	掌握 SEM 推广认知	学生分析 SEM 推广	学生分析 SEM 推广认知
14	7	2	7-2 SEM 投放原理	7-2	以海尔旗舰店为例：分析 SEM 投放原理。	以海尔旗舰店为例：分析 SEM 投放原理。	学会 SEM 投放原理	掌握 SEM 投放原理	学生分析 SEM 投放原理	学生分析 SEM 投放原理
15	8	2	8-1 百度 SEM 推广策略制定	8-1	以日照恒宇石业有限公司为例：分析百度 SEM 推广策略制定。	以日照恒宇石业有限公司为例：分析百度 SEM 推广策略制定。	学会百度 SEM 推广策略制定	掌握百度 SEM 推广策略制定	学生分析百度 SEM 推广策略制定	分析百度 SEM 推广策略制定
16	8	2	8-2 淘宝 SEM 推广策略制定	8-2	以海尔旗舰店为例：分析淘宝 SEM 推广策略制定。	以海尔旗舰店为例：分析淘宝 SEM 推广策略制定。	学会淘宝 SEM 推广策略制定	掌握淘宝 SEM 推广策略制定	学生分析淘宝 SEM 推广策略制定	分析淘宝 SEM 推广策略制定
17	9	2	9-1 百度 SEM 推广账户搭建	9-1	以日照恒宇石业有限公司为例：练习百度 SEM 推广账户搭建。	练习日照恒宇石业有限公司百度 SEM 推广账户搭建。	学会百度 SEM 推广账户搭建	了解百度 SEM 推广账户搭建。	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户搭建。	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户搭建。
18	9	2	9-2 淘宝 SEM 推广账户搭建	9-2	以海尔旗舰店为例：练习淘宝 SEM 推广账户搭建。	练习海尔旗舰店淘宝 SEM 推广账户搭建。	学会如何分析淘宝 SEM 推广账户搭建	了解典型淘宝 SEM 推广账户搭建。	学生分组讨论如何进行淘宝 SEM 推广账户搭建。	学生分组讨论如何进行淘宝 SEM 推广账户搭建。
19	10	2	10-1 百度 SEM	10-1	以日照恒宇石	优化日照恒宇	学会如何分析	了解百度 SEM	学生分组讨论如何进行百度 SEM 推广账户	学生分组讨论如何进行百度

			推广账户优化		业有限公司为例优化百度SEM推广账户。	石业有限公司百度SEM推广账户。	百度SEM推广账户优化	推广账户优化。	优化。	SEM推广账户优化。
20	10	2	10-2 淘宝SEM推广账户优化	10-2	以海尔旗舰店为例,优化淘宝SEM推广账户。	优化海尔旗舰店淘宝SEM推广账户。	学会淘宝SEM推广账户优化。	掌握淘宝SEM推广账户优化。	学生分组进行事件营销策划。	学生分组进行病事件销策划。
21	11	2	11-1 信息流推广认知	11-1	以今日头条为例,认知信息流推广	认知今日头条信息流推广。	学会信息流推广	了解信息流推广。	学生分组讨论如何进行信息流推广。	学生分组讨论如何进行信息流推广。
22	11	2	11-2 信息流推广竞价机制	11-2	以今日头条为例,分析信息流推广竞价机制。	分析今日头条信息流推广竞价机制。	学会信息流推广竞价机制。	掌握信息流推广竞价机制。	学生分组分析信息流推广竞价机制。	学生分组分析信息流推广竞价机制。
23	12	2	12-1 信息流推广目标分析	12-1	以今日头条为例,分析信息流推广目标分析	今日头条信息流推广目标分析	学会信息流推广目标分析	掌握信息流推广目标分析	学生分组设计信息流推广目标分析	学生分组设计信息流推广目标分析
24	12	2	12-2 信息流推广策略制定	12-2	以今日头条为例,分析信息流推广策略制定	今日头条信息流推广策略制定	学会信息流推广策略制定	掌握信息流推广策略制定	学生分组制定信息流推广策略	学生分组制定信息流推广策略
25	13	2	13-1 信息流推广账户搭建	13-1	以今日头条为例,分析信息流推广账户搭建	今日头条信息流推广账户搭建	学会信息流推广账户搭建	掌握信息流推广账户搭建	学生分组进行信息流推广账户搭建	学生分组进行信息流推广账户搭建
26	13	2	13-2 信息流推广账户	13-2	以今日头条为例,分析	今日头条信息流推广	学会信息流推广账户	掌握信息流推广账户	学生分组进行信息流推广账户创意及落地页搭建	学生分组进行信息流推广账户创意及落地

			创意及落地页搭建		信息流推广账户创意及落地页搭建	账户创意及落地页搭建	创意及落地页搭建	创意及落地页搭建		页搭建
27	14	2	14-1 信息流推广账户优化	14-1	以今日头条为例,分析信息流推广账户优化	今日头条推广优化	掌握信息流推广账户优化	了解信息流推广账户优化	学生分组设计信息流推广账户优化	学生分组讨论如何进行信息流推广账户优化
28	14	2	14-2 人群、出价、创意、落地页优化	14-2	以今日头条为例,分析人群、出价、创意、落地页优化	今日头条人群、出价、创意、落地页优化	掌握人群、出价、创意、落地页优化	学会人群、出价、创意、落地页优化	学生分组学习人群、出价、创意、落地页优化	学生分组学习人群、出价、创意、落地页优化
29	15	2	15-1 课程总结	15-1	本学课程总结并进行汇报	撰写本学课程总结并进行汇报	能够对本课程的案例进行分析优化,能够对本课程的内容进行总结汇报。	案例分析及课程总结	学生分组讨论如何进行电子商务 B2C 运营,学生分组讨论并汇总形成总结报告。	分析电子商务 B2C 运营案例网站,总结报告
30	15	2	15-2 课程总结	15-2	交流今后努力方向或创业想法	交流今后努力方向或创业想法	对本课程的内容进行总结汇报并对将来进行规划。	课程总结及未来展望	学生分组讨论如何进行电子商务 B2C 运营,学生分组讨论并汇总形成总结报告。	分析电子商务 B2C 运营案例网站,总结报告。

八、第一次课设计。

《电子商务 B2C 运营》课程单元教学设计

单元名称： 1-1 网店运营推广认知				单元教学学时	2
				在整体设计中的位置	第 1 次
授 课 班 级	上 课 时 间	周 月 日第 节至 周 月 日第 节	上课 地点	电 子 商 务 实训室	
		能力目标	知识目标	素质目标	
教 学 目 标		通过任务练习了解网店运营的概念和网店运营职能。 (1) 结合自己的上网经历, 讨论网店运营的概念以及网店运营对你学习和生活的帮助; (2) 讨论网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系; (3) 讨论网店运营与传统营销的关系; (4) 分别浏览门户网站、官方网站以及购物网站等, 讨论网店运营的职能。 备选网站为淘宝网、京东商城、1688、海尔官网、海尔商城等。	认识本课程的重要性; 初步了解课程内容安排; 了解本课程学习任务及考核方式。了解网店运营的概念和网店运营职能。	1.沟通能力: 不断提高自己的语言表达和沟通能力, 能与有关方进行有效沟通; 2.学习能力: 不断学习新知识、新案例、新法规等, 通过不断学习, 提升自己业务水平; 3.职业能力: 具有良好的团队合作精神; 具有市场竞争意识。	
本	情境描述		引出任务		

<p>单 元 任 务</p>	<p>小李对网店运营有很多不理解，例如网店运营和电子商务是什么关系？网店运营是不是网络推广？网店运营可以帮助企业做什么？</p>	<p>(1) 结合自己的上网经历，讨论网店运营的概念以及网店运营对你学习和生活的帮助；</p> <p>(2) 讨论网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系；</p> <p>(3) 讨论网店运营与传统营销的关系；(4) 分别浏览门户网站、官方网站以及购物网站等，讨论网店运营的职能。备选网站为新浪网、京东商城、1688、海尔官网、海尔商城等。</p>
<p>本次课使用的外语单词</p>		
<p>Online store operation: 网店运营 Platform 平台 SEO 搜索引擎优化</p>		
<p>单元教学资源</p>		
<p>教材： 网店推广. 北京鸿科经纬科技有限公司. 高等教育出版社, 2019 阿里巴巴商学院. 网店运营. 电子工业出版社, 2019 阿里巴巴商学院. 网店推广. 电子工业出版社, 2019 雷莉. 网店运营与推广. 人民邮电出版社, 2021 讲义：自编教学讲义 网络资源：http://www.alibaba.com.cn——阿里巴巴 http://www.baidu.com ——百度 http://www.cnnic.net.cn——中国互联网信息中心 http://www.marketingman——网上营销新观察 http://www.chinaz.com/——站长之家 http://zhanzhang.baidu.com/——百度站长平台 其他网络资源：http://weibo.com/——新浪微博 http://club.sohu.com/——搜狐社区</p>		

第一次课单元教学进度

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1 (课前)	<p>教学内容：相互认识,学生分组。以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作，以培养协作意识。</p> <p>能力目标：小组同学能够对内对外进行分工，后面以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作</p> <p>知识目标：确定组内成员并分工，后面以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作</p>	教师自我介绍，与学生相互认识。给学生分组，以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作，以培养协作意识。	学生分组相互了解。小组对内对外进行分工，后面以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作	5
2(导入)	<p>教学内容：问题导入（1）结合自己的上网经历，讨论网店运营的概念以及网店运营对你学习和生活的帮助；了解格力集团的网店运营。</p>	教师向学生介绍课程对应岗位、课程总体目标、课程的学习内容、告知学生学习必备的软硬件设备和相关网站。	了解企业，行业发展状况对企业影响，分析网店运营的概念以及网店运营对你学习和生活的帮助；	10
3(任务1)	<p>教学内容：讨论网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系；</p> <p>能力目标：能够分析网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系；</p> <p>知识目标：理解网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系；</p>	教师指导学生在网上查找讨论网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系；	针对讨论网店运营与电子商务、网店运营与网络销售以及网店运营与网络推广的关系学生在相关媒体上进行查找分析。	30

4(任务2)	<p>教学内容：讨论网店运营与传统营销的关系；</p> <p>能力目标：能够讨论网店运营与传统营销的关系；</p> <p>知识目标：掌握讨论网店运营与传统营销的关系；</p>	教师指导学生讨论网店运营与传统营销的关系；	学生讨论网店运营与传统营销的关系；	20
5(任务3)	<p>教学内容：分别浏览门户网站、官方网站以及购物网站等，讨论网店运营的职能。备选网站为淘宝网、京东商城、1688、海尔官网、海尔商城。</p> <p>能力目标：能够明确分别浏览门户网站、官方网站以及购物网站等，讨论网店运营的职能。备选网站为淘宝网、京东商城、1688、海尔官网、海尔商城等。</p> <p>知识目标：分别浏览门户网站、官方网站以及购物网站等，讨论网店运营的职能。备选网站为淘宝网、京东商城、1688、海尔官网、海尔商城、CNNIC、艾瑞等。</p>	教师指导学生认识从业人员应该具备的素质，明确从业人员的工作任务、明确从业人员应具备的知识和素质。	认识从业人员应该具备的素质，明确从业人员的工作任务、明确从业人员应具备的知识和素质。	15
考核	<p>教学内容：自选日照的一家公司及其网站，分析其网店运营优化开展情况。</p> <p>能力目标：能够自选的一家公司网站（店），打开公司网站，分析其公司网站建设情况，百度搜索公司，分析其网店运营。</p> <p>知识目标：掌握收集日照的一家公司及其网店运营相关信息的方法。</p>	组织学生分组展示，教师点评、小组互评。	针对自选的一家公司网站（店）调研，分析其公司网站建设情况，百度搜索公司，分析网店运营。	10
作业	针对一家知名企业网店，每小组收集有关其网店运营情况			
课后拓展	根据网络资料，分析一家网店运营做的好的公司是如何做的。			

九、最后一次课设计。

最后单元 《课程总结》 《电子商务 B2C 运营》课程单元教学设计

单元名称： 案例分析及课程总结				单元教学学时	2
				在整体设计中的位置	第 30 次
授 课 班 级		上 课 时 间	周 月 日 第 节 至 周 月 日 第 节	上课 地点	电子商务实 训室
教 学 目 标	能力目标			知识目标	素质目标
	能够总结网店运营的相关内容； 能够总结网店运营工具； 能够总结网店运营的方法； 能够对指定公司进行网店运营。			总结网店运营的相关内容； 总结网店运营工具使用； 总结网店运营的方法； 对指定公司进行网店运营。	1. 沟通能力：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与有关方进行有效沟通； 2. 学习能力：不断学习领域新知识、新案例、新法规等，通过不断学习，提升自己业务水平； 3. 职业能力：具有良好的团队合作精神； 具有市场竞争意识。
本	情境描述			引出任务	

单 元 任 务	<p>某企业，近年来市场竞争激烈，企业决定开展网店运营，这个任务交给了公司的小张来干。针对该公司，开展网店运营，打开市场，寻找新的出路。需要考虑哪些方面。</p>	<p>任务 1：总结网店运营的相关内容； 任务 2：日照恒宇石业有限公司网站，分析网店运营的方法； 任务 3：美佳集团公司网站，对网站进行网店运营。</p>
----------------------------	---	--

单元教学资源

教材：网店推广. 北京鸿科经纬科技有限公司. 高等教育出版社, 2019

阿里巴巴商学院. 网店运营. 电子工业出版社, 2019

阿里巴巴商学院. 网店推广. 电子工业出版社, 2019

雷莉. 网店运营与推广. 人民邮电出版社, 2021

讲义：

自编教学讲义

网络资源：

<http://www.alibaba.com.cn>——阿里巴巴

<http://www.baidu.com> ——百度

<http://www.cnnic.net.cn>——中国互联网信息中心

<http://www.marketingman>——网上营销新观察

<http://www.chinaz.com/>——站长之家

<http://zhazhang.baidu.com/>——百度站长平台

其他网络资源：<http://weibo.com/>——新浪微博

<http://club.sohu.com/>——搜狐社区

单元教学进度设计

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1 (课前)	<p>教学内容:分析网络上有哪些网店运营工具;</p> <p>能力目标:能够分析网络上有哪些网店运营工具;</p> <p>知识目标:掌握网络上有哪些网店运营工具。</p>	教师提问,引导学生分析网络上有哪些网店运营工具。	学生分组分析网络上有哪些网店运营工具。	5
2(导入)	<p>教学内容:查看网店运营方法;</p> <p>能力目标:能够查看网店运营方法;</p> <p>知识目标:掌握网店运营方法;</p>	教师提问,引导学生分析网店运营方法	分析网店运营方法	10
3(总结网店运营的相关内容)任务1	<p>教学内容:总结网店运营的相关内容;</p> <p>能力目标:能够针网站,总结网店运营的相关内容;</p> <p>知识目标:如何总结网店运营的相关内容;</p>	教师指导学生在网上分析总结网店运营的相关内容。	针对搜狐网,学生分析总结网店运营的相关内容。	30
4(分析网店运营的方法)任务2	<p>教学内容:日照恒宇石业有限公司网站,分析网店运营的方法;</p> <p>能力目标:能够模拟搜索引擎对日照恒宇石业有限公司网站,分析网店运营的方法;</p> <p>知识目标:搜索引擎针对日照恒宇石业有限公司网站,分析网店运营的方法;</p>	教师指导学生在网上找出日照恒宇石业有限公司网站,分析网店运营的方法。	针对搜狐网,分析网店运营的方法;	20
5(任务3)	<p>教学内容:自选日照的一家公司网站,进行网店运营。</p> <p>能力目标:能够自选日照的一家公司网站,进行网店运营。</p> <p>知识目标:掌握自选日照的一家公司网站,进行网店运营。</p>	组织学生分组展示,教师点评、小组互评。	针对自选日照的一家公司网站,进行网店运营。	15
考核	<p>教学内容:总结网店运营学习内容。</p> <p>能力目标:能够总结网店运营学习内容。</p> <p>知识目标:掌握总结网店运营学习内容。</p>	总结网店运营学习内容	总结网店运营学习内容	10

作业	总结上述不同阶段中推广的主要任务以及下一步的打算
课后拓展	针对 www.rzpt.cn ，总结如何进行网店运营。

十、考核方案

考核方式	成绩构成	评价标准	权重1	考核方式	成绩1	权重2	成绩2 (成绩1*权重2)	成绩3 (成绩2*权重1)
形成性考核	小组任务	对每一次小组的实操操作任务进行考核。 考核时间: 每一项任务完成后	40%	组内对成员的评价		25%		
				小组互评		25%		
				教师评定		50%		
	学习态度	遵守课堂纪律、积极参与课堂教学活动、按时完成作业 考核时间: 平时做好记录, 期末统计	20%	组内对成员的评价		25%		
				小组互评		25%		
				教师评定		50%		
期末考核	期末考试	采用上机操作考试+期末考试的方式, 考察学生对必要的知识和实践操作技能的掌握情况 考核时间: 期末	40%					
	合计			100%				

十一、教学材料

教材: 网店推广. 北京鸿科经纬科技有限公司. 高等教育出版社, 2019

阿里巴巴商学院. 网店运营. 电子工业出版社, 2019

阿里巴巴商学院. 网店推广. 电子工业出版社, 2019

雷莉. 网店运营与推广. 人民邮电出版社, 2021

讲义: 自编教学讲义

课件: 自编教学课件

网络资源:

<http://www.alibaba.com.cn>——阿里巴巴

<http://www.baidu.com>——百度

<http://www.cnnic.net.cn>——中国互联网信息中心

<http://www.marketingman>——网络营销新观察

<http://www.chinaz.com/>——站长之家

<http://zhazhang.baidu.com/>——百度站长平台

其他网络资源:

<http://weibo.com/>——新浪微博
<http://club.sohu.com/>——搜狐社区
<http://club.dzwww.com/forum.php?mod=forumdisplay&fid=222>
——大众论坛日照社区

十二、需要说明的其他问题

本课程具有较强的实践性，需要具备一定的软硬件设备。由于场地、软硬件条件的限制，本课程的教学实施存在一定的难度，如网络不稳定、电脑损坏等。因此，需要更新升级软硬件设施，以保障教学的有效开展。

十三、本课程常用术语中英文对照

network marketing: 电子商务 B2C 运营
Business Information: 商务信息
Consumer Online: 网络消费者
Product Strategy: 产品策略
pricing strategy: 定价策略
Internet marketing tools: 电子商务 B2C 运营工具
Search Engine Marketing: 搜索引擎营销
online advertising: 网络广告
Network promotion plan: 网络促销方案
Competitors: 竞争对手
potential customers : 潜在客户
Network brand: 网络品牌
blog: 博客 WeChat: 微信