

《电子商务 B2C 运营》

课程标准

课程名称: 电子商务 B2C 运营

所属系部: 商学院

制定人: 李宜南

合作人: 电子商务 B2C 运营教学团队

制定时间: _____

日照职业技术学院

《电子商务 B2C 运营》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270508	课程性质	必修
适用专业	电子商务	开设学期	四
课程类别	专业平台课程	课程类型	B 类
学 分	4	总 学 时	60
学时分配	理论学时：30 ； 实践学时： 30		
实施场所	电子商务实训室	授课方式	讲授
执笔人	李宜南		
审核人	张勇		
制订时间	2022		

二、课程概述

（一）课程定位

《电子商务 B2C 运营实务》是电子商务专业的专业核心课程，目标岗位为电子商务 B2C 运营主管。

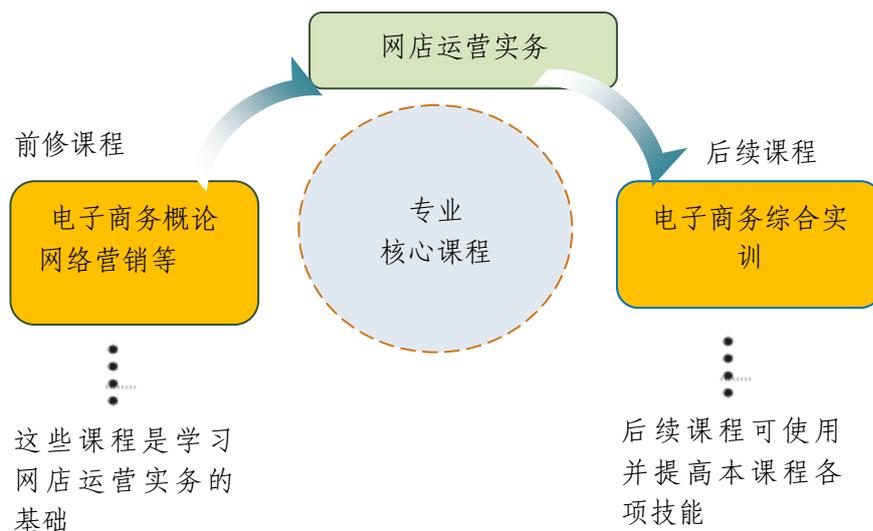
通过本门课程的学习，使学生掌握进行网络市场调查、选择电子商务 B2C 运营工具及渠道、制定电子商务 B2C 运营策略、设计网络促销及广告等能力，培养具有核心职业能力的高素质技术技能型专门人才。

（二）先修后续课程

本课程构建于《电子商务概论》、《市场营销》、《计算机网络》、《网页设计及制作》等课程的基础上，其中《电子商务概论》为本门课提供部分电子商务理论基础；《市场营销》为本门课提供营销理论及实务基础。

后续课程主要有《电子商务综合实训》，本课程为该实训提供必要的理论及应用技能。

本课程的前、后续课程衔接得当，前修课程为学生学习本门课程奠定了良好基础，后续课程能使所学知识应用于实践，技能得以提高。



《电子商务 B2C 运营实务》前后续课程

三、课程目标

（一）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。合理运用，必将有效提升自己网站的流量。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。

（二）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。

（三）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。

(四) 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。

(五) 思政目标:

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。

四、课程内容

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	13-1 课程总结	2
		13-2 课程总结	2

五、实训项目设计

编号	实训项目(任务)名称	子项目编号、名称	素质目标	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	认知电子商务 B2C 运营化领域新知识、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。	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。	淘宝网店案例: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	认知学习电子商务 B2C 运营岗位知识、案例、法规等,通过不同的途径获取电子商务 B2C 运营岗位信息,通过不断学习,提升自己业务水平。	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	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	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	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	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	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	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	不断学习搜索引擎优化领域新知识、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	掌握淘宝搜索排名影响因素。	学会淘宝搜索排名影响因素。	<ol style="list-style-type: none"> 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	提高自己的语言表达和沟通能力，能进行有效沟通及营销。	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	不断提高自己的语言表达和沟通能力，能进行有效沟通及营销	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	学习新知识、新案例、新法规等，通过不同的途径获取产品信息、客户信息、政策信息等，通过不断学习，提升自己业务水平	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	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	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	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	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	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	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	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	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

		7-2SEM 投放原理	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	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	具有良好的团队合作精神和沟通能力，在工作岗位上对上级尊重、和同事和睦相处	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	不断学习新知识、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	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	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	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	具有良好的团队合作精神和沟通能力，在工作岗位上对上级尊重、和同事和睦相处	了解淘宝 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	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	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	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	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	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。	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	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。	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	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	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	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	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	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。	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	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。	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	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	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	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。	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	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。	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	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。	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、课程实施计划

单元	周次	学时	项目（任务）	教学方法手段	教学场所
1	1	2	1-1 认识电子商务 B2C 运营课程	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
2	1	2	1-2 认识电子商务 B2C 运营岗位	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
3	2	2	2-1 百度 SEO 的作用与原理	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
4	2	2	2-2 淘宝 SEO 的作用与原理	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
5	3	2	3-1 百度搜索排名影响因素	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
6	3	2	3-2 淘宝搜索排名影响因素	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
7	4	2	4-1 百度关键词挖掘与分析	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
8	4	2	4-2 淘宝关键词挖掘与分析	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
9	5	2	5-1 百度标题制作与优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
10	5	2	5-2 淘宝标题制作与优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
11	6	2	6-1 百度网页优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
12	6	2	6-2 淘宝详情页优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
13	7	2	7-1 认知 SEM 推广	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
14	7	2	7-2SEM 投放原理	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
15	8	2	8-1 百度 SEM 推广策略制定	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
16	8	2	8-2 淘宝 SEM 推广策略制定	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
17	9	2	9-1 百度 SEM 推广账户搭建	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
18	9	2	9-2 淘宝 SEM 推广账户搭建	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
19	10	2	10-1 百度 SEM 推广账户优	案例分析、讨论、演	电子商务实训室

			化	示、作业	
20	10	2	10-2 淘宝 SEM 推广账户优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
21	11	2	11-1 信息流推广认知	案例分析、讨论	电子商务实训室
22	11	2	11-2 信息流推广竞价机制	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
23	12	2	12-1 信息流推广目标分析	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
24	12	2	12-2 信息流推广策略制定	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
25	13	2	13-1 信息流推广账户搭建	案例分析、讨论	电子商务实训室
26	13	2	13-2 信息流推广账户创意及落地页搭建	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
27	14	2	14-1 信息流推广账户优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
28	14	2	14-2 人群、出价、创意、落地页优化	案例分析、讨论	电子商务实训室
29	15	2	15-1 案例分析及课程总结	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
30	15	2	15-2 案例分析及课程总结	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室

七、课程考核

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	对每一次小组的实境操作任务进行考核。 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		20%	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	组内对成员的评价		25%		
					小组互评		25%		
					教师评定		50%		

		统计					
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%					

八、课程实施条件

主讲教师：李宜南，熟练掌握《网页设计》、《网络营销实务》、《搜索引擎优化》《电子商务案例分析》、《电子商务综合实训》等课程。

教学场所要求：电子商务实训室，要求软硬件设备良好，能上网。

九、课程资源

（一）教材选用及编写情况

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

（二）课程建设情况

网络资源：

电 子 商 务 B2C 运 营 课 程 平 台

(http://course.rzpt.cn/front/kcjs.php?course_id=2401)

<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

(三) 实训平台资源

电 子 商 务 B2C 运 营 课 程 平 台

(http://course.rzpt.cn/front/kcjs.php?course_id=414)

1. 课程标准
2. 整体设计
3. 单元设计
4. 教案
5. 课件

十、需要说明的其他问题

十一、本课程常用术语中英文对照表