



日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《电子商务 BtoC 运营》

课程标准

商学系



《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。

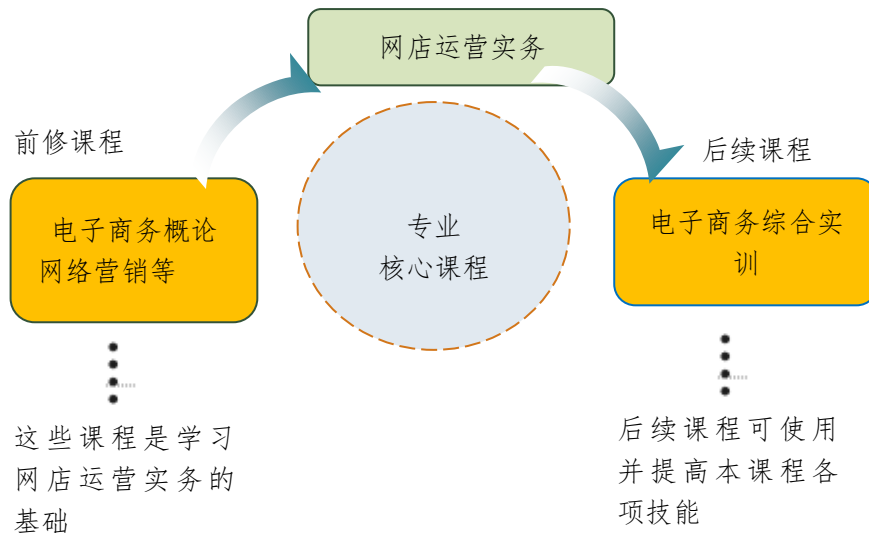
通过本门课程的学习，使学生掌握进网店推广认知、SEO 优化、SEM 推广、信息流推广等能力，培养具有核心职业能力的高素质技术技能型专门人才。

（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；

2.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；

3.能够掌握 SEM 推广，淘宝直通车推广、百度推广；

4.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。	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，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，在工作岗位上对上级尊重、和同事和睦相处	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	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	7-2 SEM 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 推广账户优化	案例分析、讨论、演示、作业	电子商务实训室
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

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

(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

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	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	期末考核	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%				

<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

（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