

《电子商务数据分析概论》

教 学 设 计

单元名称：产品数据分析	
授课教师：	授课班级：学时数：16
授课时间：	教学地点：
单元简介	第五章产品数据分析，本章从三个方面向读者介绍了产品数据分析的主要内容，包括产品数据分析认知、产品行业数据分析以及产品能力数据分析。详细讲解了学生在产品数据分析过程中需要掌握的技巧及注意事项，内容详细具体，解答了学生在产品数据分析过程中遇到的主要问题。
教学目标	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉产品数据分析的概念和内容； 2. 了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度； 3. 掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法； 4. 掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析； 2. 能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析； 3. 能使用生意参谋工具完成产品数据分析。
重点难点分析	<p>本单元教学中的重点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 产品搜索指数分析的维度 2. 产品交易指数分析的维度 3. 产品获客能力指标、分析方法、提升办法 4. 产品结构分析 5. SKU 分析 6. 客单件分析 7. 毛利率分析 <p>本单元教学中的难点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 产品结构分析与优化 2. SKU 分析

1、任务背景

产品数据分析是指通过产品在其生命周期中各个阶段的数据变化来判断产品所在阶段，指导产品的结构调整、价格升降，决定产品的库存系数以及引进和淘汰，并对后期产品策略的演进进行合理的规划：在产品探索阶段通过数据分析指导决策产品的定位；在产品需求阶段可以通过数据分析对用户的需求去伪存真；在产品运营阶段可以通过数据验证产品的功能价值并寻求产品的迭代方向。

2、任务引入

请学生们思考，产品数据分析的目的都有哪些？为什么电商企业要进行产品数据分析？电商企业进行产品数据分析需要哪些流程？课堂上让 3-4 个学生进行分析汇报或教师给出相关选项让学生进行投票，引出本单元内容——产品数据分析。（时间：10 分钟）

3、任务布置

布置产品数据分析的教学要求，并明确与该项目相关的知识点与技能点。教学组织：直接由教师明确，具体任务有五项。

具体任务为：

- (1) 产品数据分析认知
- (2) 产品行业数据分析
- (3) 产品能力数据分析

4、教学内容分析与设计

本单元产品数据分析的内容共 16 课时。其中，产品数据分析认知 1 课时，产品行业数据分析 6 课时，产品能力数据分析 9 课时。

第 1 课时让学生完成对产品数据分析认知的学习，包括产品数据分析概念。

第 2-3 课时，让学生完成对产品行业数据分析的学习，包括产品搜索指数分析以及产品交易指数分析。

第 4-7 课时，安排在机房，学生根据情境自行操作完成产品行业数据分析的实训任务，主要是要求学生独立完成产品搜索指数分析以及产品交易指数分析的实训任务。

第 8-13 课时，让学生完成对产品能力数据分析的学习，包括产品获客能力分析以及产品盈利能力分析。

第 14-16 课时，安排在机房，学生根据情境自行操作完成产品能力数据分析的实训任务，主要是要求学生完成产品获客能力分析以及产品 SKU 分析。

教学组织：

- (1) 产品数据分析认知（时间：45 分钟）

讲解知识点：（时间：45 分钟）

- ① 什么是产品数据分析？网店为什么要进行产品数据分析？产品数据分析都包括什么内容？（时间：25 分钟）

教学方法：讲授法、演示法、合作探究法

② 产品需求分析需要挖掘用户内心的渴望，再转化为对应的产品，抛开可行性问题，想一想产品需求的获取方式都有哪些？（时间：20分钟）

教学方法：**讲授法、课堂讨论法、演示法**

教师总结产品数据分析认知的相关知识点。（5分钟）

(2) 产品行业数据分析（时间：270分钟）

讲解知识点（时间：90分钟）

① 产品搜索指数分析的维度有哪些？产品交易指数分析的维度有哪些？（时间：45分钟）

教学方法：**讲授法、演示法**

② 产品搜索指数分析的方法有哪些？产品搜索指数分析的内容有哪些？（时间：45分钟）

教学方法：**讲授法、演示法、课堂讨论法**

③ 产品交易指数分析的方法有哪些？产品交易指数分析的内容有哪些？（时间：45分钟）

教学方法：**讲授法、演示法、课堂讨论法、小组探究法**

教师总结产品行业数据分析的相关知识点

实际操作（时间：180分钟）

教学方法：教师既可以操作示范，也可以采用引导的方法让学生了解相关模块的操作，然后通过模拟情景形式让学生独立完成操作。（**情境演练**）

分五步完成这节课的内容：

第一步，教师示范讲解产品行业数据分析的相关知识点。

第二步，教师选择并分配实训情境可根据班级情况选定一个或多个。

第三步，学生领取任务，开始实训。（时间：250分钟）

操作内容：①学生明确实训任务要求；

任务1：产品搜索指数分析（时间：45分钟）

任务要求：产品搜索指数是用户搜索相关产品关键词热度的数据化体现，从侧面反应了用户对产品的关注度和兴趣度。在产品运营过程中，通常会用到搜索指数来进行热点追踪、用户画像分析、趋势研究、竞品分析等，以帮助卖家及时调整店铺经营的产品类目、宝贝标题优化、调整运营策略以及进行产品的精准推广投放等。

某摄影平台推出旅拍产品，并进行重点打造，为了做到精准化运营，部门经理安排数据分析岗位的小周对该产品进行趋势研究和目标人群分析，以洞察市场需求变化，定位消费者特征。

任务操作

借助百度指数进行产品搜索指数分析，其操作步骤及关键节点成果展示如下：

步骤1：了解百度指数

步骤2：搜索关键词

步骤 3: 趋势研究

步骤 4: 需求图谱

步骤 5: 人群画像

步骤 6: 结果整理及提交

任务 2: 产品交易指数分析 (时间: 90 分钟)

任务要求: 某电商企业在天猫商城开设太阳镜旗舰店, 近期部门经理安排小周对类目行业的交易变化趋势进行分析, 找到该类目产品的淡旺季变化规律, 同时根据市场节奏预估自己类目在下一年的交易指数范围, 为合理制作自身本年度的运营规划提供指导。

任务操作

产品交易指数分析的具体操作步骤及关键节点成果展示如下:

步骤 1: 数据获取

步骤 2: 制作折线图

步骤 3: 趋势分析

步骤 4: 年度交易数据计算

步骤 5: 交易指数预测

步骤 6: 产品交易指数分析

(3) 产品能力数据分析 (时间: 405 分钟)

讲解知识点 (时间: 225 分钟)

④ 什么是产品获客能力? 产品获客能力的主要数据指标有哪些? (时间: 45 分钟)

教学方法: **讲授法、演示法**

⑤ 如何才能让用户产生持续的购买行为呢? 如何分析产品获客能力和? (时间: 90 分钟)

教学方法: **讲授法、演示法、课堂讨论法**

⑥ 什么是产品盈利能力? 产品盈利能力的主要数据指标有哪些? 利润产品应如何确定? 用于利润产品分析的指标都有哪些? (时间: 90 分钟)

教学方法: **讲授法、演示法、课堂讨论法、小组探究法**

教师总结产品能力数据分析的相关知识点

实际操作 (时间: 180 分钟)

教学方法: 教师既可以操作示范, 也可以采用引导的方法让学生了解相关模块的操作, 然后通过模拟情景形式让学生独立完成操作。**(情境演练)**

分五步完成这节课的内容:

第一步, 教师示范讲解产品能力数据分析的相关知识点。

第二步, 教师选择并分配实训情境可根据班级情况选定一个或多个。

第三步, 学生领取任务, 开始实训。(时间: 250 分钟)

操作内容: ① 学生明确实训任务要求;

任务 1: 产品获客能力分析 (时间: 45 分钟)

任务要求：如何以最少的成本获取最多的新客户，是每个企业在运营的各个阶段都应思考的问题。产品获客能力作为电子商务经营活动的关键能力之一，能够帮助企业衡量产品为店铺或平台获取客户的能力。

双十一即将到来，某女装品牌线上店铺决定从店铺的卫衣类目中挑选一款打造爆款，作引流之用。为此，部门经理安排小周以最近一个月的运营数据为准，分析卫衣产品的获客能力，作为引流产品选择的一个重要指标。

任务操作

利用产品获客能力分析来指导定位引流产品，其操作步骤及关键节点成果展示如下：

- 步骤 1：数据获取
- 步骤 2：新客点击量占比计算
- 步骤 3：复购率计算
- 步骤 4：加权计算
- 步骤 5：柱形图制作
- 步骤 6：产品获客能力分析

任务 2：产品 SKU 分析（时间：90 分钟）

任务要求：通过产品 SKU 分析，可以判断消费者更倾向于哪个颜色、款式、价格等，以帮助企业快速定位产品、了解目标消费人群，有利于挖掘产品的潜力爆款，提升整个店铺的单品转化率。

某天猫箱包品牌专卖店上新一款铝制旅行箱，并针对黑色 18 寸旅行箱推出了返现活动。一段时间运营后，部门经理安排小周以近 30 天的销售数据为准，对该产品进行 SKU 分析，以进行进一步的运营计划调整。

任务操作

产品 SKU 分析，其操作步骤及关键节点成果展示如下：

- 步骤 1：数据获取
- 步骤 2：数据转化
- 步骤 3：创建数据透视图和数据透视表
- 步骤 4：插入切片器
- 步骤 5：产品 SKU 分析

③根据实训任务要求，要求学员通过以上操作，完成以上任务要求。

④完成操作，提交教师。

第四步，教师展示（根据情况展示部分学生的作品）。

操作内容：学生和教师针对学生实训成果提出质疑，对应小组或学生答疑，双方充分表述自己的见解和观点，由学生主导。

第五步，分析总结。

操作内容：①学生对实训任务的操作进行总结；

②教师对学生实训成果进行总评。

	<p>5、单元小结</p> <p>通过本单元的学习，学生能够熟悉产品数据分析的概念和内容；了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度；掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法；掌握产品获客能力和产品盈利能力分析的方法；能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析；能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析；能使用生意参谋工具完成产品数据分析。（时间：5分钟）</p> <p>教学组织：由教师进行总结。</p> <p>6、课后作业布置</p> <p>教师在课堂上完成模块操作的演示，并要求学生在课堂上完成实训的操作后，可视学生对该模块的掌握程度，布置拓展训练，让学生在课堂时间内或课余时间完成，以达到熟练的程度。（时间：3分钟）</p>
教学准备与教学资源	<ol style="list-style-type: none"> 1. 相关优秀（差）产品数据分析导入案例； 2. 产品数据分析相关微课视频； 3. 产品数据分析相关典型案例； 4. 典型实训情景案例（一个或多个）及其素材包（C实习可下载） <p>与本单元内容相关的课件。</p>
单元考核	对于学生课堂表现、知识掌握及实训操作进行综合评分，不能独立完成实训操作且操作过程中出现较多差错，得0分。
单元评价	
备注	

综合考核

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
职业素养 (10分)	责任意识 (3分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不遵守纪律扣1分； 2. 没有完成工作任务扣1分； 3. 严重影响工作纪律扣1分。 			
	学习态度 主动(3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 缺勤达本次任务总学时的10%扣0.5分； 2. 缺勤达本次任务总学时的20%扣1分； 			

	分)	3. 缺勤达本次任务总学时的 30%扣 3 分。			
	团队合作 (4 分)	不与小组内同学进行沟通扣 4 分。			
专业能力 (90 分)	学习活动 1: 产品数据分析认知; (30 分)	1. 是否熟悉产品数据分析的概念, 15 分; 2. 是否熟悉产品数据分析的内容, 15 分。			
	学习活动 2 产品行业数据分析; (30 分)	1. 是否了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度, 15 分; 2. 是否能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析, 15 分。			
	学习活动 3: 产品能力数据分析; (30 分)	1. 是否掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法, 15 分; 2. 是否能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析, 15 分。			
总分 100 分	自我评价 总分		小组评价 总分		教师评价 总分
创意能力	学习过程中能提出具有创新性、可行性的建议。			加分奖励	
综合得分	教师根据学生的综合表现进行打分, 其中自我评价占 10%, 小组评价占 20% (当以个人为单位进行项目学习时, 自我评价占 30%), 教师评价占 70%。算出得分结果加上创意能力加分奖励为学生的最终得分。				
学生姓名			综合评价等级		
指导教师			日期		