《电子商务数据分析》

学习方案

**课程名称： 商务数据分析**

**所属系部： 商学系**

**制定人： 胡亚萍**

**制定时间： 2023.1**

**日照职业技术学院**

**商务数据分析学习方案**

要求：

|  |
| --- |
| 课程线上教学平台网址、课程学习QQ群号、课程简介真实完整 |
| 学习进度合理详细具体到每一节课 |
| 学习内容、学习方式详细、具体到每一节课 |
| 考核内容、考核标准详细、具体到每一节课 |

一、课程线上教学平台网址

使用商务数据分析-日职网络教学平台 <http://course.rzpt.cn/front/kcjs.php?course_id=2385>

二、学情分析

21国际经济与贸易12班学生整体学习兴趣高，学习能力强。在教学内容上，实施“基本内容一致，提高部分差别”的教学方式。

课程重点培养学生对完整的商务数据分析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，又具备较强的商务数据分析业务实操能力。学生通过《商务数据分析》，将掌握商务数据分析技术。合理运用，必将有效提升自己网站的流量。本课程以商务数据分析工作过程为主线，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数据分析，实现就业与上岗零距离。

三、教学目标

2019年4月，教育部等四部门印发了《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》的通知，部署启动1+X证书制度试点工作。1+X证书制度试点是“职教20条”的重要改革部署，也是重大创新。在电子商务领域（包括跨境电商），商务数据蕴藏着巨大的商机，通过对商务数据进行专业而深入的分析，可以挖掘其内在的商业价值，发现新的商机，商务数据分析已是从业人员不可或缺的一项重要技能。

本课程旨在通过构建商务数据分析的整体知识框架，包括商务数据化运营认知、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写。让学员掌握商务领域数据分析技能，能够熟练开展商务数据分析，培养能够胜任大数据时代商务数据化运营工作的技能人才。

1. 学习安排

学习时长

总学时为28 课时，学习内容及课时安排：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 模块 | 单元 | 主要内容 | 重、难点 | 课时 | 实训任务 | 课时 |
| 模块一 商务数据分析认知 |  | 数据分析的作用 |  | 1 | 　 | 　 |
| 数据分析流程 | 　 | 　 |
| 模块二 常用数据分析工具和指标 | 数据分析指标 | 数据分析指标数据分析指标选择 | 重点：数据分析的方法和工具（重点）数据分析的指标 | 1 |  |  |
|  |
| 数据分析工具 | 数据采集工具选择数据分析工具 | 1 |
| 数据分析方法 | 数据来源渠道确认 |
| 模块三 市场数据分析 |  行业数据分析 | 市场数据分析内容 | 重点：（1）市场数据分析的内容（2）行业状况、发展分析的方法（2）竞争对手识别方法（3）竞店分析内容、方法（4）竞品分析内容、方法难点：（1）行业数据分析（2）竞品及竞店识别与分析 | 1 | 　　任务：市场需求分析及预测 | 　　1 |
| 市场数据分析的价值 |
| 行业发展分析 |
| 市场需求分析 |
| 竞争数据分析 | 竞争对手识别 | 1 | 任务：竞品数据分析 | 1 |
| 竞店分析 |
| 竞品分析 |
| 模块四 运营数据分析 | 运营数据分析认知 | 运营数据分析概念 | 重点：（1）运营数据分析的内容（2）客户分类方法（3）客户忠诚度分析、客户分层与营销策略难点：（1）客户忠诚度分析、客户分层与营销策略（2）客户行为分析、指标优化办法 | 1 | 　　 | 　 |
| 运营数据分析内容 | 　 |
| 客户数据分析 | 客户分类 |  |
| 客户忠诚度分析 | 1 | 任务：客户忠诚度分析 | 1 |
| 客户行为分析 | 1 | 任务：客户行为分析 | 1 |
| 单元三 推广数据分析 | 推广渠道分析（流量结构分析） | 重点：（1）推广渠道分类、分析指标、分析方法（2）关键词推广效果分析指标、监控方法、分析、优化办法（3）潜在消费者营销效果分析指标、监控方法、分析、优化办法（4）活动生命周期、活动推广效果分析指标、监控方法、分析、优化办法（5）免费推广渠道、内容运营数据分析指标、监控方法、分析、优化办法难点：（1）关键词推广效果分析方法、效果提升办法（2）活动推广效果分析 | 1 | 任务：关键词推广效果分析 | 1 |
| 关键词推广效果分析 |
| 广告位投放效果分析 | 1 | 任务：活动推广效果分析 | 　1 |
| 活动推广效果分析 |
| 单元四 销售数据分析 | 交易数据分析 | 重点：（1）客单价影响因素、提升办法（2）利润影响因素、利润预测方法（3）DSR动态评分计算公式难点：（1）客单价提升办法（2）利润预测方法（3）DSR动态评分提升办法（4）网店客服质量提升方法 | 1 | 任务：交易数据分析 | 1 |
| 服务数据分析 | 1 | 任务：服务数据分析 | 1 |
| 单元五 供应链数据分析 | 物流数据分析 | 重点：（1）采购数据分析指标、分析方法（2）能够根据销量预判选择供应链（3）物流数据分析方法、运费模板优化（4）仓储数据分析方法难点：（1）能够根据销量预判选择供应链（2）能够合理设置运费模板 | 1 | 任务：订单时效数据分析 | 1 |
| 仓储数据分析 |  |  |
| 模块五 产品数据分析 | 产品能力数据分析 | 产品数据分析概念 | 重点：（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）毛利率分析难点：（1）产品结构分析与优化（2）SKU分析 | 1 |  |  |
| 产品搜索指数分析 |
| 产品交易指数分析 |
| 产品获客能力分析 | 1 | 任务：产品获客能力分析 | 1 |
| 产品盈利能力分析 | 任务：产品SKU分析 | 1 |
| 模块六 数据监控与报告撰写 |  数据监控 | 数据监控认知 | 重点：（1）数据监控报表结构（2）数据监控报表设计要素（3）异常数据鉴别与分析（4）数据分析报告结构难点：（1）数据监控指标确定（2）异常指标鉴别与分析（3）数据分析报告撰写 | 1 | 任务1：数据监控与报表制作任务2：异常数据鉴别与分析 | 1 |
| 数据监控报表制作 |
| 异常数据鉴别与分析 |
|  数据分析报告撰写 | 数据分析报告的主要类型 | 1 | 任务1：店铺活动数据通报撰写任务2：市场环境分析报告撰写 | 1 |
| 数据分析报告结构设计 |
| 撰写数据分析报告 |

五、教学方法

1.教学方法多样化，培训内容真实化

建议培训开展在培训过程中通过案例激发学员思考，基于真实的第三方平台店铺运营数据和抓取的外部数据来布置任务，如 CNZZ、生意参谋等渠道，驱动培训，从而提高学员学习积极性，提高学员实操能力。

2.教学手段现代化，线上线下融合

利用多媒体、网络平台、信息系统、视频录像、直播等现代化手段，通过线上+线下融合方式，强化实际操作技能的训练，提高课堂教学效率。

对于认知型基础知识和部分需要实操的知识，基于教学设计，课程配套资源将内置在线上培训平台中，试点院校教师可以自主调用或优化，完成线上学习任务部署。

学员可以在线上培训平台完成对应知识的学习——创建账号、加入班级，学习视频微课，并通过课后作业、测验进行知识验证与复盘。线上培训平台能够记录学员的各项学习过程，并汇总出学习数据，方便学员掌握学习进度，增强知识理解。

对于强调实操类的知识，培训将充分开展混合式教学。根据核心知识的不同，配备侧重点不同的教学设计。试点院校师资依托教学设计组织、实施教学，借助线上培训平台，教师能够充分应用信息化教学手段，丰富课堂形式，活跃课堂氛围，增强学员学习积极性，降低师资授课难度，提升课堂效率。

3.考核方式多样化

学员学习成果评价采用过程性评价和结果性评价组合，个人、小组、教师（企业专家）评价组合方式开展。