

**《网店运营推广》课程标准**

商学系



**《****网店运营推广》课程标准**

**一、课程名称**

网店运营推广

**二、适用专业**

电子商务、网络营销、移动商务、跨境电子商务等专业。

**三、课程性质**

《网店运营推广》为电子商务专业核心课程，这门课程在学生的职业能力培养与职业素养的养成方面起到重要的支撑作用。本课程先导开设《电子商务概论》、《网络营销》专业基础课程，同期开设《SEO》、《文案策划》等课程。

**四、课程设计**

《网店运营推广》是一项系统工程，其中涉及了电子商务的系统知识点，又包含运营过程中的营销思路、实战应用要点，是电子商务专业最核心的课程之一，这门课程在学生的职业能力培养与职业素养的养成方面起到重要的支撑作用。本课程基于网店运营推广工作的过程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺运营推广的流程设计教学内容，本课程的教学内容中也融合了1+X《网店运营推广推广》考证相关知识。该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网等电子商务平台开展。因此，该课程对提升学生网店运营推广能力等实际工作技能有着极其重要的意义，该课程主要服务于电子商务领域以下工作岗位。

|  |  |
| --- | --- |
| 职业 | 岗位描述 |
| 网店客服 | 完成客户网上咨询，处理售前售后问题 |
| 网店美工 | 网店装修、商品图片及详情的修改处理 |
| 网店运营推广人员 | 商品日常管理、运营推广、活动管理等 |
| 网店店长 | 团队管理，协调，完成网店运营推广总体目标 |

**五、课程教学目标**

知识目标：通过本课程的学习，使学生具备熟练应用相关原理和方法进行网店运营推广操作，了解开店应具备的基本素质，掌握开店基本流程，了解标题优化方法，店铺引流推广方法及客服、物流的处理办法；能进行市场调研以及店铺定位，能开设网上店铺并能对其进行简单装修，日常店铺运营与店铺推广，通过数据分析对店铺运营策略进行调整。

能力目标：通过教学过程中采用的教学方法和手段完成案例分析，培养学生发现、分析、解决问题的基本能力，培养团队精神、创新能力，提高个人的综合能力。

证书目标：通过国家1+X《网店运营推广推广》中级等级证书。

其它目标：培养学生良好的职业道德观、个人价值观、创业意识；培养学生认真、细心做事的工作态度；培养学生团队协作精神；培养学生交流、沟通能力；培养学生表述、回答等语言表达能力。

**六、参考学时与学分**

参考学时：72学时（实训课时占72）

学分：4.0

**七、课程结构**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 授课  顺序 | 授 课 章 节 内 容 摘 要 | 学习目标 | 需要  课时 |
| 1 | 简介课程体系 |  | 2 |
| 2 | 项目一 网点规划 | * 掌握开店前市场分析方法 * 掌握网店定位方法 * 掌握网店平台选择方法 * 了解网店基础岗位配备 * 了解电子商务行业法规 * 掌握淘宝和天猫平台经营的规则规范 | 10 |
| 3 | 项目二 商品选品 | * 了解网店货源渠道、网店商品选择以及定价的方法。 * 掌握关键词的分类和关键词挖掘方法。 * 掌握商品标题和商品详情页的制作与优化。 | 16 |
| 4 | 项目三 网店装修 | * 掌握店铺装修的概念、元素与视觉风格等基础知识。 * 掌握PC端店铺装修的基础知识，能够独立开展店铺装修。 * 掌握无线端店铺装修的基础知识，能够独立开展店铺装修，实现PC端店铺与无线端店铺的优势互补、统一协调。 | 16 |
| 5 | 项目四 店铺日常运营 | * 掌握网店日常运营的基础知识。 * 掌握网店日常运营的管理技巧。 * 掌握售前、售中、售后客服沟通技巧。 * 了解电子商务客户关系管理的基本概念。 * 熟悉网店物流设置。 | 4 |
| 6 | 项目五 营销活动运营 | * 了解主流的网店促销活动及平台促销活动。 * 掌握网店促销活动营销工具设置的技巧。 * 熟悉不同平台活动报名的条件及流程。 * 掌握打造“爆款”的准备工作和流程。 | 4 |
| 7 | 项目六 流量运营 | * 掌握直通车推广的操作流程和技巧。 * 掌握超级钻展推广的操作流程和技巧。 * 掌握超级推荐推广和淘宝客推广的操作流程。 | 16 |
| 8 | 项目七 数据分析 | * 熟悉掌握各种常用的数据分析工具的使用。 * 了解网店的数据构成并对数据进行分析。 | 4 |

**八、资源开发与利用**

(一) 教材

名称：《网店运营推广实务（第2版）》

出版社：人民邮电出版社

作者：宋俊骥

(二) 参考资料

名称：《1+X网店运营推广推广》

出版社：高等教育出版社

作者：北京鸿科经纬科技有限公司

在本门课程的教学中我们除了使用传统的板书演示教学手段，还结合了在线精品课程、多媒体课件，使教学更灵活多样。

(三) 网站

1.中国电子商务研究中心： http://www.100ec.cn

2.艾瑞咨询：http://www.iresearch.com.cn

3.苏州经贸职业技术学院术《网店经营与推广》精品课程网：<https://www.icourse163.org/course/SZJM-1462109164>

**九、教学建议**

（一）教学方法

1.案例教学

在《网店运营推广》的教学过程中，采用案例讲解的引导式教学方法，启迪学生的思维，训练思维技巧，将传统灌输知识的结论性教育转变启发思维的过程性教育。

2.边讲边练、讲练结合

《网店运营推广》是一门实践性要求较强的课程。在本课程教学过程中，充分进行典型案例讲解，辅之学生课堂演练，采用边讲边练、讲练结合式教学，提高学生学习积极性，促进学生及时消化、吸收知识。

3.分组讨论、协作学习

为了培养学生的应用能力和职业素质，设计具有职业情境的教学任务，要求学生分组完成任务，在完成的过程中要求小组成员协同工作，协作学习，互相帮助。通过分组讨论，使学生对所学知识印象更加深刻；通过协作学习，产生整体带动效应。

（二）教学手段

1.使用黑板和多媒体设备，生动形象展开教学

有些知识点以图片的形式借助多媒体设备生动形象的讲述，学生容易理解和接受。

2.应用网络教学平台

学生可以登录注册淘宝网站实现网上店铺的经营，能实时的将课程学习内容转化为可实用的东西，使更多学生有机会参与，也有助于部分同学对问题的深入探讨。

（三）实践教学条件

1.校内实训

本课程实践教学条件优越，校内教室具有充足的网络设备、实训室，宿舍有较方便的网络覆盖，能辅助学生课后知识的巩固学习，完全能够满足学生的实训要求。

2.校外实训基地

电子商务专业校外实训基地的建设正开展得如火如荼，目前开拓了以企业为主的多个校外实训基地联系密切，并与他们建立了学生顶岗实习、实训基地和就业协作关系。这些基地的建设与使用,满足了学生顶岗实习、零距离就业及教师顶岗实践、专业技能开发、教学案例收集的要求，有效地提高了学生的综合应用能力和实践操作能力，缩短了学生的岗位适应期，使电子商务实训教学真正体现了工学结合的教学宗旨。

（四）师资任职条件

专业教师应具备双师素质或本专业相关实战经验，具备课程教学设计、组织、交流、沟通能力。通过了1+X《网店运营推广推广》师资培训证书。

**十、考核评价**

1.考核方式：平时总评+技能测试+期末测试

2.考核分值比例：本课程开设在第二个学期，考核分值比例为平时成绩30%+技能成绩30%+期终考试成绩40%。平时成绩30%中，练习作业占15%，（包括课堂练习、课后作业）；学习态度、出勤情况、课堂表现占15%。

3.技能考核项目、考核项目评分标准：

（1）网络消费者消费市场调查与选品、店铺定位（20分）

（2）货源寻找、网店开通与装修、图片准备（40分）

（3）运用推广手段对店铺进行引流（40分）

4.期末考核及评分标准：试卷考核，具体见试卷标准答案。