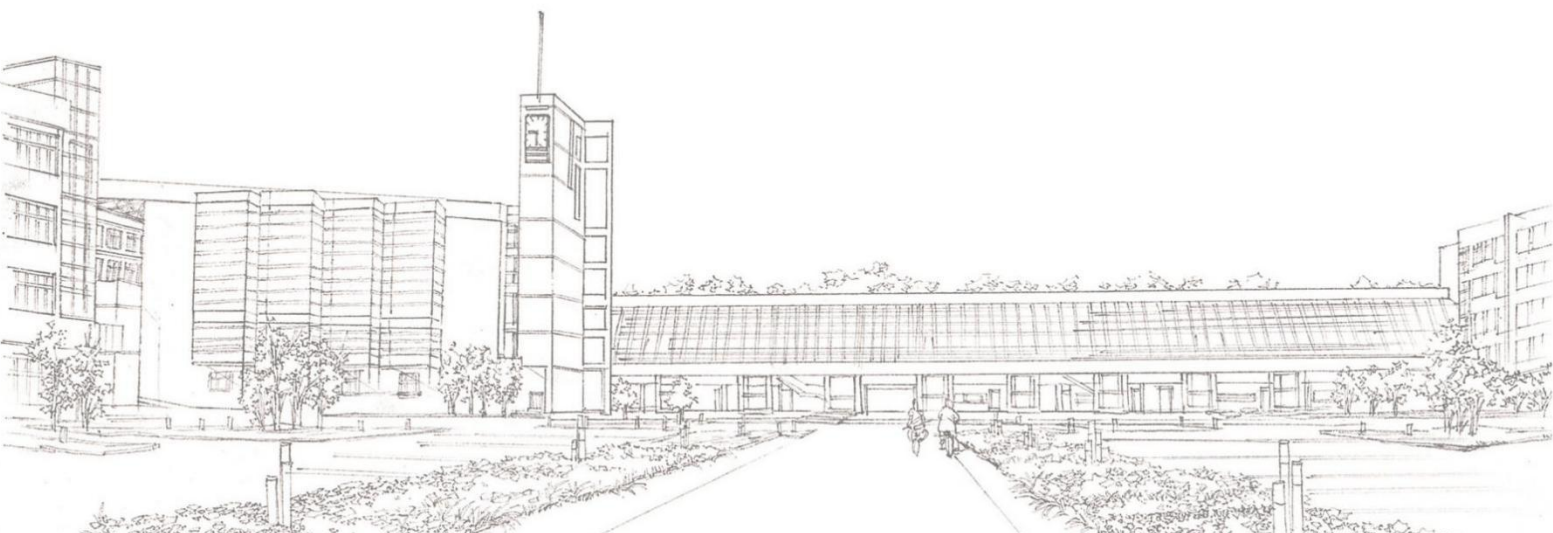




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《数据化运营》课程标准

商学系



《数据化运营》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270109	课程性质	选修
适用专业	电子商务	开设学期	第 5 学期
课程类别	专业选修课	课程类型	B 类（理实一体化课）
学分	4	总学时	48
学时分配	理论学时：24； 实践学时：24	实施场所	多媒体教室
授课方式	理论 + 实训操作	执笔人	封林慧
审核人	张勇	制订时间	2025. 08

二、课程概述

（一）课程定位

本课程是电子商务专业选修课，紧密对接数据运营助理、专员等岗位能力需求。以教材 8 个项目为依托，构建“数据化运营认知—多场景数据应用—运营策略落地”知识体系，培养学生数据采集、分析、运营策略制定与优化能力。区别于普通高校理论侧重、中职基础操作聚焦、培训班单一技能教学，突出企业真实运营场景全流程实操，实现学岗深度衔接，为学生实习、就业及职业发展筑牢基础。

（二）设计思路

遵循“认知—应用—创新”逻辑，将 48 学时按“理论+实践”1:1 分配。理论教学围绕教材 8 个项目，讲解数据化运营原理、方法、工具；实践教学模拟企业真实任务，让学生运用理论知识完成数据采集、分析、策略制定等操作。采用项目式、案例式教学，融入课程思政，培养学生数据思维、职业素养与问题解决能力，确保教学紧扣岗位需求，实现学用结合。

三、课程目标

（一）思政目标

1. 厚植家国情怀，认识数据化运营对国家数字经济发展的支撑作用，将个人职业发展融入国家数字经济建设大局，自觉践行社会主义核心价值观。

2. 强化法治与道德意识，严格遵守《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规，合法合规采集、使用数据，坚决抵制数据造假、泄露等行为，守护个人、企业及客户隐私。

3. 激发创新与实践精神，在数据化运营实践中主动探索新方法、新思路，以“敢闯会创”的态度突破运营难题，提升创新实践能力。

4. 增强行业使命担当，了解数据化运营领域国家战略与产业政策，关注企业实践与行业痛点，培育数据驱动、诚信服务、德法兼修的职业素养。

（二）知识目标

1. 掌握数据化运营概念、目标、类型、变革历程及人员职责（项目一任务一）。

2. 理解对比、拆分、降维、升维、假设等数据化运营思维（项目一任务二）。

3. 熟悉数据化运营业务流程（明确目标、获取数据、分析数据、验证优化、形成策略、撰写报告）（项目一任务三）。

4. 学会运用市场数据（份额、交易趋势等）、行业数据（波动系数、集中度等）分析方法（项目二）。

5. 掌握竞争品牌（分类、潜力分析）、竞争店铺（动销率、销售贡献）、竞争商品（客户流失、上下架管理）数据分析维度（项目三）。

6. 理解商品规划（定位、测试）、流量（来源、页面、关键词）、库存（体系、安全库存等）、定价（方法、策略）数据分析逻辑（项目四）。

7. 熟悉交易数据（转化漏斗、客单价）、推广数据（意义、效果）、利润数据（利润与利润率、预测）分析指标与方法（项目五）。

8. 掌握 DSR 评分（构成、影响、计算、提升）、客服数据（KPI、指标）分析逻辑（项目六）。

9. 了解客户画像（类型、价值、构建）、客户标签（设计）、会员数据（区别、生命周期、忠诚度、RFM 模型）分析应用（项目七）。

10. 熟悉直播复盘（思路、内容）、直播数据（核心指标、阶段运营、获取渠道）分析方法（项目八）。

（三）能力目标

1. 能运用生意参谋等工具，完成数据化运营实践任务（项目一任务一实践）。

2. 会用对比、拆分等思维，分析市场份额、客单价等数据（项目一任务二实践）。

3. 可独立拆解数据化运营业务流程，开展目标制定、数据获取与分析等工作（项目一任务三实践）。

4. 能运用市场数据可视化、细分市场分析等方法，撰写行业分析报告（项目二实践）。

5. 会采集并分析竞争品牌、店铺、商品数据，提出竞争策略建议（项目三实践）。

6. 可基于商品数据，进行选品定位、流量优化、库存管理与定价决策（项目四实践）。

7. 能拆解交易流程转化率、分析推广效果与利润数据，优化销售策略（项目五实践）。

8. 会分析 DSR 评分影响因素，设计客服 KPI 与指标体系，提升服务质量（项目六实践）。

9. 可构建客户画像、设计标签体系，运用 RFM 模型分析会员数据（项目七实践）。

10. 能开展直播复盘，分析核心指标与阶段运营数据，优化直播策略（项目八实践）。

11. 具备团队协作能力，在项目实践中清晰表达数据分析与运营建议，协同完成任务。

（四）素质目标

1. 数据意识：主动挖掘数据价值，养成“用数据说话、依数据决策”的工作习惯（贯穿各项目）。

2. 合作意识：在团队项目中分工协作、共享思路，携手解决运营难题（团队实践任务）。

3. 创新意识：突破传统思维，探索数据分析与运营策略新路径，提出创新性方案（各项目优化任务）。

4. 严谨态度：保障数据采集、处理、分析的准确性与逻辑性，杜绝数据造假（数据处理全流程）。

5. 抗压能力：在直播复盘等紧急任务中，合理规划时间、高效推进工作，承受压力（项目八实践）。

四、课程内容与学时分配

结合教材 8 个项目，按“理论 + 实践”1:1 分配 48 学时，具体如下：

教学项目	学习任务	知识要求	技能要求	理论学时	实践学时	总学时
项目一 认识数据化运营	1: 了解数据化运营任务 2: 了解数据化运营的基本思维任务 3: 拆解数据化运营的业务流程	1: 掌握数据化运营概念、目标、类型、变革历程与人员职责 2: 理解对比、拆分等 5 种数据化运营思维 3: 熟悉数据化运营“六步”业务流程	1: 能用生意参谋完成数据化运营实践 2: 会用指定思维分析市场份额、客单价数据 3: 可独立拆解业务流程并开展对应工作	3	3	6
项目二 分析市场与行业数据	1: 数据化展现市场行情任务 2: 分析行业数据	1: 掌握市场行情可视化方法 2: 理解行业数据（波动系数、集中度等）分析维度	1: 能制作市场行情可视化图表 2: 会撰写含细分市场、行业趋势的分析报告	4	4	8
项目三 分析竞争对手数据	1: 分析竞争品牌数据任务 2: 分析竞争店铺数据任务	1: 熟悉竞争品牌分类与潜力分析方法 2: 掌握竞争店铺动销率、销售贡献分析逻辑	1: 能采集并分析竞争品牌市场表现数据 2: 可剖析竞争店铺运营策略（流量、商品）	4	4	8

	3: 分析竞争商品数据	3: 了解竞争商品客户流失、上下架管理要点	3: 会对比分析竞争商品优劣势并提建议			
项目四 分析商品数据	1: 通过数据化分析规划商品任务 2: 分析商品流量数据任务 3: 分析商品库存数据任务 4: 分析商品定价数据	1: 理解商品定位、测试的数据分析逻辑 2: 熟悉商品流量（来源、页面、关键词）分析维度 3: 掌握商品库存体系、安全库存计算方法 4: 了解商品定价方法与策略	1: 能基于数据提出商品选品与组合建议 2: 可分析商品流量来源及转化问题并优化 3: 会制定库存优化与定价调整策略	6	6	12
项目五 分析销售数据	1: 分析交易数据任务 2: 分析推广数据任务 3: 分析利润数据	1: 熟悉交易数据（转化漏斗、客单价）分析指标 2: 理解推广数据（意义、效果）分析逻辑 3: 掌握利润数据（利润与利润率、预测）分析	1: 能拆解交易流程转化率并找优化点 2: 可评估推广渠道效果并提出优化方案 3: 会核算利润并提出成本控制建议	4	4	8

		方法				
项目六 分析 DSR 评分与 客服数据	1：分析 DSR 评分任务 2：分析客服数据	1：掌握 DSR 评分构成、影响、计算与提升方法 2：了解客服数据（KPI、指标）分析逻辑	1：能分析 DSR 评分各维度问题并提提升方案 2：可通过客服数据优化服务流程与指标	2	2	4
项目七 分析客户与会员数据	1：管理客户画像与客户标签任务 2：管理会员数据	1：熟悉客户画像构建方法（类型、价值、流程） 2：掌握会员数据（区别、生命周期、忠诚度、RFM 模型）分析应用	1：能构建客户画像并应用于精准营销 2：可设计会员留存、复购策略与 RFM 模型应用方案	2	2	4
项目八 复盘并分析直播数	1：直播复盘任务 2：分析直播数据	1：掌握直播复盘思路与内容 2：理解直播数据（核心指标、阶段运营、获取	1：能独立开展直播复盘（流程、效果） 2：可深度分析直播数据并提优化建议	2	2	4

据		渠道) 分析逻辑				
合计	-	-	-	24	24	48

五、教学方法与资源

（一）教学方法

1. **项目式教学：**以教材 8 个项目为任务载体，学生分组实践。教师发布企业真实运营场景任务（如模拟电商店铺市场分析、商品运营），组内分工（数据采集、分析、策略撰写），教师全程指导，培养团队协作与问题解决能力。

2. **案例教学：**引入电商头部企业案例（如某品牌市场份额分析、店铺商品运营案例），课堂讲解案例中数据化运营方法应用；组织学生分组剖析案例，提炼经验、解决问题，加深知识理解与迁移。

3. **理实一体化教学：**理论讲解与实践操作同步推进。讲完“数据化运营思维”，立即开展“用对比思维分析市场份额数据”实践；学完“商品定价方法”，马上实操“为商品制定定价策略”，强化知识吸收与技能转化。

4. **线上线下混合教学：**利用学校在线教学平台，课前发布微课（如“数据采集工具操作指南”）、案例（如“某企业数据化运营成功案例”）、预习作业；课堂开展实操指导、案例研讨、小组汇报；课后布置拓展作业，提供在线答疑，实现教学全流程覆盖，提升学习效率。

（二）教学资源

1. **教材：**以《数据化运营管理》（第 2 版 微课版）为核心教材，辅助参考《电子商务数据分析实战》《数据化运营实战手册》等书籍，拓宽知识深度与广度。

2. **在线资源：**中国大学 MOOC 平台“数据化运营”“电商数据分析”等优质课程；企业电商运营案例库（含市场分析、商品运营、直播复盘等案例）；

Excel、Python（Pandas、Matplotlib）、Tableau 等数据分析工具在线教程，支持学生自主学习。

3. 实训软件：电商运营模拟实训平台（模拟真实店铺运营场景，提供数据采集、分析、策略制定功能）；数据分析工具（Tableau Public、PowerBI Desktop），用于数据可视化实践；生意参谋（或模拟版），开展电商数据化运营实操。

六、课程考核与评价

（一）考核方式

采用“过程性考核 + 终结性考核”，全面评价学生学习过程与成果，具体占比及内容如下：

考核类型	占比	考核内容
过程性考核	60%	1. 课堂表现（15%）：出勤情况（迟到、缺勤扣分）、课堂互动（提问回答、小组讨论参与度）、团队协作表现（任务分工合理性、沟通配合度） 2. 作业与实训（25%）：各项目实践作业（如数据采集表、分析图表、策略方案）完成质量，含数据准确性、分析逻辑性、策略可行性；数据分析报告撰写（结构完整性、内容深度、建议有效性） 3. 项目阶段性成果（20%）：各教学项目团队

		/ 个人实践成果，依据成果完整性、创新性、贴合岗位需求度赋分
终结性考核	40%	综合考核：涵盖 8 个项目知识与技能，分两部分 1. 实操考试（20%）：给定电商运营真实场景（如“某店铺商品滞销数据分析与策略制定”），学生完成数据采集、预处理、分析、可视化及策略撰写，按操作步骤、结果质量评分 2. 理论测试（20%）：题型含选择题、简答题、案例分析题，考查数据化运营概念、思维、流程、分析方法等知识掌握程度，依据答题准确性、逻辑清晰度赋分

（二）评价标准

1. 过程性考核：

◦**课堂表现：**出勤满分 10 分，迟到一次扣 2 分、缺勤一次扣 5 分；课堂互动与团队协作满分 5 分，积极参与、协作良好得 4 - 5 分，消极参与得 1 - 3 分。

◦**作业与实训：**作业按时完成、数据准确、分析逻辑清晰、策略可行，报告结构完整、内容有深度得高分（20 - 25 分）；存在数据错误、逻辑混乱、策略空洞等问题，酌情扣 5 - 15 分。

◦**项目阶段性成果：**团队项目注重分工合理、成果完整且有创新、贴合岗位需求，得 16 - 20 分；个人项目关注独立完成质量，成果优质得高分，存在明显不足扣 3 - 10 分。

2. 终结性考核：

◦**实操考试：**操作步骤完整、数据处理准确、分析深入、可视化清晰、策略合理，得 16 - 20 分；步骤缺失、数据错误、分析浅显、策略无效，扣 5 - 12 分。

◦**理论测试：**知识点回答准确、案例分析逻辑清晰、建议合理，得 16 - 20 分；概念混淆、分析片面、建议空洞，扣 4 - 10 分。

七、课程实施建议

（一）教学组织

1. **项目推进：**按教材 8 个项目顺序，逐项目开展教学。每个项目先进行 2 - 4 学时理论讲解（结合案例演示知识应用），再安排同等学时实践操作。实践中，学生以小组（3 - 5 人）为单位，领取企业模拟任务，分工协作完成数据采集、分析、策略制定，教师巡回指导，及时解决技术难题与思路困惑。

2. **分层教学：**针对学生基础差异，设置分层任务。基础薄弱学生聚焦“完成基础数据采集与简单分析”；基础较好学生增加“数据深度挖掘、策略创新优化”任务，满足不同学习需求，提升教学有效性。

（二）学生指导

1. **课前：**通过在线平台发布预习任务（如观看微课、阅读案例、完成简单选择题），引导学生提前熟悉知识框架；设置预习答疑通道，及时解答学生疑问，为课堂学习奠基。

2. **课中：**理论讲解突出重点、难点，结合案例演示；实践操作中，教师针对共性问题集中讲解，个性问题一对一辅导，示范操作技巧（如 Excel 高级函数应用、Tableau 可视化设计），帮助学生突破瓶颈。

3. **课后：**布置拓展作业（如 “调研本地电商企业数据化运营现状并分析” ），巩固课堂知识；开放在线答疑平台，定期开展直播答疑（每周 1 次 ），解决学生作业与实践遇到的问题，持续提升能力。

（三）教学反思与改进

1. **即时反思：**每次项目教学结束后，教师当天梳理学生知识掌握薄弱点（如 “商品定价策略应用不熟练” ）、教学方法成效（如 “项目式教学中小组分工不合理导致效率低” ），形成简短反思记录，为后续教学调整提供依据。

2. **定期总结：**每月开展教学总结会，汇总当月各项目教学反思，分析学生学习反馈（通过问卷调查、作业成绩统计 ），明确教学方法、内容存在的问题（如 “理论讲解与实践。