

《网店运营》课程标准

1. 课程性质

《网店运营》是电子商务专业运营工作室的核心课程。课程的定位是：由零到整体运营，让学生亲力亲为操作，从品牌的注册、商品图片的设计、商品包装、商品的运营方案、店的整体运营实施、淘宝免费推广方式、付费推广方式（直通车、钻展位、淘宝客）、数据分析、公众号电商、拼多多电商等现在社会实时操作中用得到的电商运营知识，让学生亲身感受并熟悉运营操作。熟悉掌握相关电商运营知识。

与该课程相关的前导课程有：《网络商品知识》、《网店美工》、《photoshop 平面设计》、《网店客服》、《商品拍摄》。平行课程有：《网络营销》、《软文写作》。

2. 设计思路

依托我校已开展的该专业“双精准”示范专业建设项目，校企合作初步建成电商运营工作室；在工作室教实一体的教学中，按工作过程系统化的理念，校企导师共同制定教学方案，并实施了教学过程对接企业实际工作过程的教学模式。课程内容完全按照网店经营的操作流程进行安排，采用情境教学、理实一体的授课方法，以企业的人才评价标准对学生该课程进行考核评价，全面考核学生专业知识与技能的综合运用能力。

1.遵循职业性。职业教育就是就业教育，是一种适应市场需求、培养实用性技术人才的职业教育。所以电子商务运营工作室的《网店运营》课程就应该达到直接为提高学生专业操作技能服务，并最终为学生就业、创业服务的教学效果。因此，本课程的设计突出职业性，着力营造职业氛围，逐渐提高学生网店管理意识，培养学生“网店经营能力”。

2.坚持实践性。以就业创业为导向、以能力为本位的职业教育，必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式，建立适应时代需要“以就业创业导向”的技能型教学模式。“以就业创业导向”的技能型教学模式要求对商品学课程进行技能定位，即打破原有的书本教学体系，将电子商务专业需要的动态技能点融汇到教学过程中，提高专业知识与技能紧密结合的力度。

3.奉行开放性。奉行开放的教育观，实行“全员参与，共同评价”的开放式

教学管理方式。在教学观念、教材内容、学习方式、作业练习和绩效评价等方面，给学生提供更多学习的机会和更大提升的空间，努力打造《网店运营》精品课程资源。

4.注重能力性。在“双精准”的课程体系重构的基础上，打破原有的建立在学科体系基础上的以“终结性”考试为主的教学评价模式，建立以能力考核为中心、以过程考核为基础的考核评价体系。《网店运营》课程体系的考评，充分考虑企业的评价，突出能力目标，达到良好的教学效果。

3. 课程主要内容和要求

课程内容突出以电商运营的三大核心内容“商品”、“人群”、“渠道”为依托，分为六大模块，20个项目为主线，创设工作情景，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行。

序号	工作任务	课程内容及要求	活动设计	参考学时
1	了解运营	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 运营工作室的课程计划 运营工作室的管理要求 运营工作岗位职责 运营岗位工作流程 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 了解现在电子商务电商运营的工作岗位要求及职责 能正确填写工作日志 建立工作团队 树立团队协作意识 	<ol style="list-style-type: none"> 团队的组建 团队的命名及口号 给自己定位合适的工作岗位 	4
2	品牌基础	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 商标的作用 商标的注册申请方式 注册商标的费用 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 认识品牌的作用 了解商标注册的申请方式 认识商标的 45 大类 		2

		<p>4. 掌握商标查询的方法</p> <p>5. 掌握商标类目的选定</p>		
3	品牌操作	<p>【教学内容】</p> <p>1. 注册商标的申请资料</p> <p>2. 注册商标的申请流程</p> <p>3. 商标的后期维护</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 掌握商标的申请与注册的操作</p> <p>2. 能对商标进行后期维护</p>	<p>1、自己想 10 个的商标，可能是中文，英文，（可注册的，可参考商标出售网来想思路）</p> <p>2、想好后自己上阿里云、国家商标局找相同的词，自己排查</p> <p>3、排查好后，自己在淘宝、快法务、绿狗平台找对应的代理公司假装要注册商标</p> <p>4、一定要熟记 45 类大类的分类</p> <p>5、最后选两个商标进实际付钱注册走流程</p>	6
4	商品知识	<p>【教学内容】</p> <p>1. 商品痛点</p> <p>2. 消费者构成</p> <p>3. 电商做什么商品适合</p> <p>4. 入货渠道</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 掌握挖掘商品痛点的方法</p> <p>2. 掌握找出产品消费者构成的方法</p> <p>3. 掌握挑选合适商品的方法</p>	<p>1. 上网找什么是痛点，或大家理解的痛点是什么</p> <p>2. 上网找相关咖啡类的商品信息并找到一个产品，列出相关的商品信息，属性找出你认为的痛点</p> <p>3. 案例分享：快慢咖啡的产生</p>	6
5	淘宝后台认识	<p>【教学内容】</p> <p>1. 商家管理工具</p> <p>2. 千牛的管理功能</p> <p>3. 淘宝子账号</p> <p>4. 天猫、淘宝的相关规则</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 掌握手机千牛的常用功能的使用方法</p> <p>2. 掌握淘宝子账号的激活方法</p> <p>3. 掌握淘宝后台的基本模块的管理使用</p>	<p>1. 建账号：每组 4 个账号。选出十个，然后做五个做为备先，老师加一次后，然后每个组选四名同学来加</p> <p>2. 激活账号，并进入后台</p> <p>3. 下载必备软件，千牛、店查查</p> <p>4. 研究淘宝相关规则，读规则、知识学习、问万象、问商友</p> <p>5. 上网找研究淘宝那些字眼是不能用的，并列出。汇报加及时提问</p> <p>6. 进入淘宝后台，初识后台的功能</p>	6
6	策划商品	<p>【教学内容】</p> <p>1. 了解主图运用的注意事项</p> <p>2. 熟知主图的公式</p>	<p>1. 上网找食品、女装、数码分类的五个主图，发现其规则</p> <p>2. 给 5 张主图进行合理排序</p>	6

	的拍摄	<p>3. 认识关于主图的排序规律</p> <p>4. 认识商品详情页的构成</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 掌握商品主图的制作方法</p> <p>2. 掌握优质详情页养成的方法</p>	<p>3. 实操时间：制作快慢咖啡的主图</p> <p>4. 上网找食品、女装、数码分类的详情页，并找出规则并画图出来</p>	
7	商品装修主图设计	<p>【教学内容】</p> <p>1. 淘宝网装修的入口</p> <p>2. 淘宝网装修的功能模块</p> <p>3. 装修新的工具及应用：鹿班设计、顽图抠图、微海报、智能文案。</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 学会装修淘宝网的首页及详情页</p> <p>2. 掌握淘宝装修模板的使用方法</p> <p>3. 能使用鹿班设计、顽图抠图、微海报、智能文案进行设计装修。</p>	<p>1. 以团队为单位，进到装修页后，共同完成自己的小组店铺首页制作</p> <p>2. 对网店进行详情装修</p> <p>3. 每名同学进入详情后，找到自己上传的宝贝，开始装修自己的宝贝</p> <p>4. 头脑风暴，介绍鹿班设计、顽图抠图、微海报、智能文案、90设计</p>	6
8	上架商品	<p>【教学内容】</p> <p>1. 商品的排名规则</p> <p>2. 商品上下架时间</p> <p>3. 商品上架策略</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 掌握重点宝贝的上下架时间优化的方法</p> <p>2. 掌握普通宝贝的上下架时间优化的方法</p>	<p>1. 如果你是运营助理，你怎么和美工沟通设计、装修事项</p> <p>2. 讨论上下架商品时间对营销的作用</p> <p>3. 做产品上新表(强调把资料整合在一个表)</p>	6
9	标题策略	<p>【教学内容】</p> <p>1. 标题的重要性</p> <p>2. 淘宝搜索排名的规则</p> <p>3. 关键词的分类</p> <p>4. 好标题具备的要素</p> <p>【教学要求】</p> <p>1. 掌握宝贝标题优化的技巧</p> <p>2. 学会找关键词</p> <p>3. 能通过淘宝系与外面实数据分析软件来优化运营商品的标题</p>	<p>1. 尝试发掘做标题的规律，及做标题的注意事项；研究淘宝搜索排名的规律</p> <p>2. 讨论找什么是关键字，关键字包括什么</p> <p>3. 针对一个商品做一个表分析汇总关键字表再去修改你的标题，再来评测标题</p>	6

10	商品的搭配	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 动销率及滞销率 2. 商品破零 3. 新品“标” 4. 退换货核心原则 5. 转换率、客单价等重要指标 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握动销率的计算方法 2. 能根据动销率及滞销率来管理商品 3. 能分析及提升动销率 4. 掌握破零的方法 5. 掌握提升转换率的方法 6. 能综合利用多维度，提高商品的搭配加大运营的客单价 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 讨论分析动销率是什么，它对店的影响，怎么解决？ 2. 思考破零的作用？方法有什么？ 3. 分享故事：怎么发货，怎么选择快递 4. 讨论分析淘宝退货原则 5. 操作演示：宝贝退货 	6
11	直通车基础	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝免费流量的主要来源 2. 淘宝付费流量的主要来源 3. 忠诚用户行为过程 4. 直通车的作用 5. 直通车展现规则及扣费方式 6. 直通车的展示位置 7. 提升质量得分的重要因素 8. 影响点击率的因素 9. 选词的标准 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握测出高点击率地域的方法 2. 六维直通车及极致人群标签玩法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 头脑风暴： <ul style="list-style-type: none"> (1) 一个淘宝店销售额怎么来？ (2) 店铺的流量入口有哪些？列举并找到。 2. 思考做直通车的目的是什么？ 3. 实操：团队各操作一个计划，设定人群，地域，时间，选择创意，5个至6个关键字，并优化，400元，3天时间 	6
12	直通车计划	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 开直通车计划的前期工作 2. 关键词中广泛与精选的区别 3. 生意参谋及收集数据 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握关键词找行业点击率的方法 2. 掌握做词表的方法 3. 掌握筛选关键词的方法 4. 掌握筛选地域的方法 5. 掌握出价的方法 6. 掌握人群选择的方法 7. 掌握选择创意的方法 8. 掌握调整关键词与人群的方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 实操：各小组做词表，并挑选出你要推的宝贝的20个关键词选择第一天要推广的5个关键词； 2. 实操：各小组通过2个方式的其中一种方式筛选出你要推广的10个高点击率地域 3. 操作：做好推广计划基础设置：日限额，时间折扣，平台，地域（添加推广单元、添加关键词、添加推广人群、设置出价、调整人群溢价） 	6

13	免费活动报名	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 流量的重要性 2. 活动计划书具备的内容 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握淘宝报名活动的方法 2. 掌握撰写活动计划书 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上网找相关 2019 年的活动时间表 2. 实操练习,到平台了解活动列表, 报名合适的活动 	6
14	DSR、免费流量、付费流量	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝 DSR 评分 2. 宝贝与描述相符 3. 卖家的服务态度 4. 物流服务的质量 5. 流量来源的常见渠道 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握提高 DSR 评分的方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用二十分钟去了解 DSR 2. 上网找免费流量+付费流量+自主流量 	6
15	淘宝客	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CPC、CPM、CPS、CPA 2. 购物小技巧及运营人必知的常识 3. 淘宝客与商家的关系 4. 营销计划、自选计划、定向计划、团长招商、如意计划 5. 淘宝客的基本规则 <p>【教学要求】</p> <p>学生学会所有后台淘宝客的应用, 并且可以进入到淘宝客设置 CPS 的值, 策划</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 头脑风暴: 试着去找关于淘宝客 (CPS) 主要核心入口, 及常规方法 2. 实操练习: 建自己的上传宝贝, 然后设定佣金。并熟悉常用推广计划的设置。 	6
16	钻石展位应用	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CPM 2. 钻展创意 3. 钻展计划 4. 钻展营销场景及目的 5. 钻展 4 类计划 6. 营销场景及衡量标准 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握做高点击率创意的方法; 2. 掌握选择创意落地页的方法; 3. 掌握建立计划的方法; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 讨论: 钻展推广的核心是什么? 2. 讨论: 影响钻展获得更多展现是什么? 3. 讨论: 我们为什么要做高点击率创意? 4. 团队作战: 建立拉新计划, 只投一个资源位 (手淘首焦), 确定拉新人群, 一个人群一个推广单元 	6

17	运营的表格制作	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 运营工作相关表格 2. 《运营工作检查表》 3. 《日常数据表格》 4. 《直通车计划表》 5. 《钻展计划表》 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握《每日运营工作检查表》的填写方法 2. 掌握《日常数据表》的填写方法 3. 能根据运营的数据制作出每日，每款商品，店的总运营表 4. 掌握《直通车计划表》、《钻展计划表》的填写方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据《2019-06-15 生意参谋》数据，完成日常数据表格的填写。 2. 根据《运营报表》完成直通车和钻展计划表的填写。 	6
18	优惠券促销及淘宝应用市场	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝应用市场 2. 店铺优惠券 3. 超级店长的促销模块 4. 促销的目的 5. 促销的种类 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握淘宝应用市场的营销工具的订购方法 2. 掌握优惠券的设置及使用方法 	头脑风暴：优惠券的方式有哪些？折扣的方式有哪些？	6
19	打造爆款	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 什么是爆款 2. 爆款的作用 3. 爆款规划与推广的工作流程 4. 爆款各时期的主要工作 <p>【教学要求】</p> <p>掌握打造商品爆款的方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 头脑风暴：爆款是什么？为什么要打爆款？爆款怎么打？ 2. 实训操作：熟悉爆款的后台操作 	6
20	客服的术语	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客服的的岗位设置 2. 客服的岗位职责 3. 沟通的基本知识及语言技巧 <p>【教学要求】</p> <p>掌握制作售前，售后，售中相关的客服术语方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 头脑风暴：客服的岗位设置有哪些？这些岗位的工作职责？ 2. 实训操作：制作售前，售后，售中相关的客服术语方法 	6

21	微信推广 导流	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 微信 2. 微信公众号 3. 微信推广 <p>【教学要求】</p> <p>掌握微信公众账号的选择方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分享: 快慢咖啡如何玩转微信公众平台 2. 小组讨论: 如何运作快慢咖啡的微信电商? 	4
22	拼多多推广 导流	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 拼多多的发展过程 2. 拼多多消费者构成 3. 拼多多的优势 <p>【教学要求】</p> <p>掌握拼多多的推广导流方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 案例分析: 格兰仕公开“怼”天猫 2. 实操: 下载拼多多, 浏览熟悉平台操作。 	2
23	复习	<p>【教学内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 复习运营的关键知识和技能 2. 回顾工作室的培训过程 3. 求职与面试技巧 <p>【教学要求】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 巩固网店运营的技能 2. 掌握求职简历的书写技巧 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 团队总结分享 2. 团队合照 	6
合计				126

4. 教材选用

选用由负责运营工作室项目老师与企业专家共同开发的校本教材。

5. 教学建议

(1) 精讲多练、做学一体。

(2) 在教学过程中, 加强对学生职业能力的培养, 强调理论与实践的一体

化教学；要创设工作情境，强化实际操作训练；要紧紧密结合职业技能的考核，在操作训练中，使学生掌握运输管理与作业的相关知识，强调学生的全员、全程参与，为将来从事实际工作打好基础。

(3) 应以学生为本，注重“教”与“学”的互动。通过选用典型活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动，让学生在活动中掌握相关的职业能力。

(4) 应注重职业情景的创设，角色扮演，重在实践操作，增强学生利用所学技术解决实际问题的综合能力。

(5) 教师必须重视实践，更新观念，走产学相结合的道路，探索教学新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，促进学生的终身学习。

(6) 积极引导提升职业素养，培养认真细致的工作作风和吃苦耐劳的个性品质。

6. 教学评价

本课程由广东省商业职业技术学校电子商务专业骨干教师与广州东品网络科技有限公司教学团队精心制作，主要是以工作室为导向，对学生的学习效果及工作态度采用企业的 KPI 指标考核方式：

1. 学生在整个学习过程中，学习成绩必须达到 150 分，才能顺利拿到企业颁发的合格证书。
2. 学生的学习态度（占 10%，共 15 分，考核的范围有：是否准时参加培训学习，学习过程中是否积极主动回答问题，是否遵守工作室的规定。）
3. 学生的实训项目完成情况（占 60%，实训项目共 20 个，每完成一个项目得 5 分，累计 100 分。）
4. 学生的团队合作效果（占 10%，考核的内容有：团队的合作态度，团队的工作效果。）
5. 学生的工作日报（占 10%，考核的内容有：工作日报的完成是否及时，工作记录是否完善。）
6. 学生的总结分享（占 10%，考核的内容有：是否能用图文展示整个学习经历，是否能够对个人的学习效果做客观评价。）