**《网店运营》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **网店运营** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Online Store Operations** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28122074** | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32（含实践0） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | ☑必修  □选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 ☑课程作品 ☑汇报展示 ☑报告  ☑课堂表现 ☑阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课系** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第5学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 新媒体营销与运营 | | | | | | |
| **后续课程** | 直播营销与运营、新媒体前沿实践专题、电商直播实训等 | | | | | | |
| **选用教材** | 《网店运营与管理》慕课版，章琤琤、朱合圣主编，人民邮电出版社，2022年 | | | | | | |
| **参考书目** | 《网店运营与实务（第2版）》，宋卫、徐林海主编，人民邮电出版社，2023年  《网店运营：流量优化 内容营销 直播运营（慕课版）》，严珩、张华主编，人民邮电出版社，2022年 | | | | | | |
| **课程资源** | <https://www.icourse163.org/course/SZJM-1462109164?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/NTAC-1454446165?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/BUU-1206447830?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/SZJM-1449611168?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_> | | | | | | |
| **课程简介** | 旨在探讨网店运营的相关理论和实际操作，培养学生在电子商务领域中建立和经营网店的能力。课程将涵盖网店策划、产品选品、店铺设计、营销推广等方面的内容，培养学生系统了解网店运营的基本知识和技能。内容包括网店运营概述；网店策划与定位；产品选品与供应链管理；网店店铺设计与运营；网店营销推广；客户关系管理与售后服务。通过学习《网店运营》课程，学生将具备建立、管理和运营网店的基本知识和技能，能够在实际工作中运营和发展网店，提升企业在电子商务领域的竞争力和市场份额。 | | | | | | |

1. **课程目标**

培养学生在网店运营领域具备的知识、技能和能力。该课程的目标包括网店运营基础知识；网店策划与定位；产品选品与供应链管理；网店设计与运营； 网店营销与推广；客户关系管理与售后服务。 通过实现以上目标，学生将具备在网店运营领域的基本理论知识和实际操作能力，能够运用所学的知识和技能，进行网店策划、产品运营和营销推广，提升网店的竞争力和企业的业绩。

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 理论知识目标：让学生掌握网店运营领域的基础理论知识，了解网店运营的重要概念、原理和方法，网店运营概念和定义；网店策划与定位原理； 产品选品与供应链管理原理；网店设计与用户体验原理；网店营销与推广原理； 客户关系管理与售后服务原理。通过学习以上理论知识，学生将理解网店运营的基本概念和原理，掌握相关的方法和技巧。他们将能够应用这些理论知识，指导网店的运营决策和实践，提高网店的竞争力和经营效果。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：培养学生在实际操作中有效运营和管理网店所需的能力和方法。包括网店运营能力；网店设计与优化能力；网店营销推广能力；数据分析与决策能力； 客户关系管理与售后服务能力；团队合作与沟通能力。通过实现以上能力与方法目标，学生将具备在网店运营领域实际操作和管理的能力和技巧，能够灵活应对网店运营中的挑战，提升网店的竞争力和业绩。 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生在网店运营领域具备专业意识和全面素养，以应对快速发展的电子商务环境，并在职业生涯中展现出良好的情感态度和价值观，包括数字化意识； 创新与创业精神；用户体验与关怀意识； 质量与诚信意识；跨文化理解与尊重；持续学习与职业发展意识。 通过培养以上意识与素养，学生将具备专业意识和全面素养，在网店运营领域能够积极应对挑战和变化，树立积极的情感态度和积极的价值观，为企业的成功和个人职业发展做出积极贡献。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生积极正面的情感态度和正确的价值观，以应对网店运营领域的挑战和压力，并在职业生涯中展现出良好的情感态度和价值观，包括 激情与兴趣；自信与积极性；创新与适应性；质量与诚信；跨文化理解与尊重；持续学习与生涯发展意识。 通过培养以上情感态度与价值观，学生将具备积极正面的情感态度和正确的价值观，能够在网店运营中充分发挥自身潜力和优势，以良好情感态度和价值观为指导，提高网店运营的成功率和个人生涯发展。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【M】 | 1.3 核心素养：系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；具备快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，系统分析、解决营销问题、提出解决对策。 | 3 |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 1.4.本土情怀:立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地  适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，  勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 4 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.4专业知识：熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**能力要求【M】 | 3.4 职业发展：具备敏锐的市场洞察力和判断力及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 2 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 网店基础认知 | 1. 电商平台的分类 | 小组任务：以网店运营与推广小组，完成下列操作内容。打开招聘相关网站首页，搜索网店运营与推广相关岗位。筛选出符合条件的岗位，了解岗位工作内容及岗位能力要求。 整理网店运营岗位的工作内容及能力要求，完成网店运营推广岗位的调研报告。 | 1 | 重点：  1.分析不同类型的电商平台及电商平台的功能模块  2.了解网店运营的具体工作内容  难点：  掌握网店后台界面能够实现的功能 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，建立电商思维和意识提高学生分析问题和解决问题的能力。 | 2 |
| 2.网店运营工作内容 | 1 |
| 2 | 网店规划 | 1. 市场数据分析 | 小组实战任务：分别通过百度指数和行业数据报告分析对儿童雨鞋进行市场趋势分析。通过商品属性分析、价格分析、销量分析从淘宝平台上为小严亲戚的儿童雨鞋确定四个主要竞争对手网店，完成网店的整体分析。 | 1、2 | 重点：  1.掌握市场数据调研与分析的方法  2.理解商家规划的具体内容  难点：  1.理解商品选品原则了解商品选品的工具  2.掌握商品定价的策略 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.视频学习：更生动、直观介绍有关知识，能够激发学生学习需求、提高学习积极性。 | 6 |
| 2.商家规划 | 2、3 |
| 3.商品选品 | 2、3 |
| 4. 商品定价 | 1、2、3 |
| 3 | 网店开设 | 1. 网店开设 | 小组实战任务：通过店查查类淘宝数据分析插件，分析淘宝网上园艺工具、园艺剪刀热销商品所在类目，收集热销商品类目信息。按照客户人群购买的价格，收集园艺工具、园艺剪刀不同价格段下面的热销商品，通过商品评价、详情页面等分析目标人群以及其购买偏好。对比热销商品，定位目标人群。 | 1、2 | 重点：  1了解不同平台网店开设的区别  2.网店首页和详情页的布局  难点：  网店首页和详情页的布局 | 1.讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。  3.小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 8 |
| 2.网店装修 | 2、3、4 |
| 4 | 网店优化 | 1.SEO搜索规则 | 小组实战任务：通过百度指数调研文具产品的市场需求情况。结合市场需求情况和拼多多及淘宝网的文具类热销商品属性从 1688 平台进行选款。结合课堂知识点爆款商品选品的关键点，从选择的商品中挖掘爆款商品，说明理由。 | 1 | 重点：  1.理解电商平台的搜索规则  2.掌握关键词获取方法  难点：  1.理解商品主图的设计要素  2.掌握商品详情页的布局方法  3.掌握关联销售的设计方法 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.小组学习：学生通过模拟练习、相互交流学习，能够帮助学生提高对计划的重要性的认识，提高实践应用能力。 | 4 |
| 2. 宝贝标题优化 | 2、3 |
| 3.商品卖点挖掘 | 2、3、4 |
| 4.购物路径优化 | 2、3 |
| 5 | 店铺营销转化 | 1. 店铺活动策划 | 小组实战任务：选取五家文具类目的网店，找出他们的网店活动有哪些，并进行分析。了解该店铺的商品，设计合理的网店活动方案。 结合平台活动的实施流程，策划该网店 618 场外活动的活动方案。 | 2、3、4 | 重点：  掌握各种类型的店铺活动的作用  掌握店铺活动的策划内容  难点：  1.网店内容营销的技巧  2.网店直播营销的技巧 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.店铺平台活动 | 2、3 |
| 3.内容营销 | 2、3、4 |
| 4.直播营销 | 2、3、4 |
| 6 | 店铺推广 | 1.店铺SEM推广 | 小组实战任务：参考淘宝的切词技术，将商品标题的关键词进行拆分。根据商品属性及拆分的关键词，删除无用或重复的关键词。为商品挖掘新的关键词，组合新的商品标题。 | 2、3 | 重点  1.掌握SEM推广的检索原理  2.掌握信息流推广的检索原理  难点：  1.掌握淘宝客推广的原理 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.店铺信息流推广 | 2、3 |
| 3.店铺淘宝客推广 | 2、3 |
| 7 | 运营数据分析 | 数据分析的方法 | 小组实战任务：通过某网店（学生创业的网店或者由教师提供合作网店）的生意参谋竞争商品模块查看该网店某商品的访客流失情况，确定竞争商品。将竞争商品添加到监控商品列表。在竞品分析页面收集流量指数、交易指数、搜索人气、收藏人气、加购人气和转化指数等指标的折线图上的数值，统计到 Excel 表格中。 对比分析每个指标的数据，得出结论。 | 1、2 | 重点：  掌握店铺和商品数据分析的方法  难点：  能运用数据分析的方法对运营数据进行分析 | 1.自学为主：教师简要讲解，学生通过阅读教材、线上学习、查阅资料等方式自学为主。  2.小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 4 |
| 运营效果分析 | 2、3 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 1. 电商平台的分类 | 网店基础认知 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 2.网店运营工作内容 | 网店基础认知 |
| 3.市场数据分析 | 网店规划 |
| 4.商品定价 | 网店规划 |
| 5.SEO搜索规则 | 网店优化 |
| 6.数据分析的方法 | 运营数据分析 |
| 课程  目标 2 | 1. 市场数据分析 | 网店规划 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.管理活动模拟 |
| 2.商家规划 | 网店规划 |
| 3.商品选品 | 网店规划 |
| 4.商品定价 | 网店规划 |
| 5.网店开设 | 网店开设 |
| 6.网店装修 | 网店开设 |
| 7.宝贝标题优化 | 网店优化 |
| 8.商品卖点挖掘 | 网店优化 |
| 9.购物路径优化 | 网店优化 |
| 10.店铺活动策划 | 店铺营销转化 |
| 11.店铺平台活动 | 店铺营销转化 |
| 12.内容营销 | 店铺营销转化 |
| 13.直播营销 | 店铺营销转化 |
| 14.店铺SEM推广 | 店铺推广 |
| 15.店铺信息流推广 | 店铺推广 |
| 16.店铺淘宝客推广 | 店铺推广 |
| 17.数据分析的方法 | 运营数据分析 |
| 18.运营效果分析 | 运营数据分析 |
| 课程  目标 3 | 1.商家规划 | 网店规划 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.管理活动模拟 |
| 2.商品选品 | 网店规划 |
| 3.商品定价 | 网店规划 |
| 4.网店装修 | 网店开设 |
| 5.宝贝标题优化 | 网店优化 |
| 6.商品卖点挖掘 | 网店优化 |
| 7.购物路径优化 | 网店优化 |
| 8. 店铺活动策划 | 店铺营销转化 |
| 9.店铺平台活动 | 店铺营销转化 |
| 10.内容营销 | 店铺营销转化 |
| 11.直播营销 | 店铺营销转化 |
| 12.店铺SEM推广 | 店铺推广 |
| 13.店铺信息流推广 | 店铺推广 |
| 14.店铺淘宝客推广 | 店铺推广 |
| 15.运营效果分析 | 运营数据分析 |
| 课程  目标 4 | 1.网店装修 | 网店开设 | 15% | 1.课堂表现  2.管理活动模拟 |
| 2商品卖点挖掘 | 网店优化 |
| 3. 店铺活动策划 | 店铺营销转化 |
| 4.店铺平台活动 | 店铺营销转化 |
| 5.内容营销 | 店铺营销转化 |
| 6.直播营销 | 店铺营销转化 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考核成绩比例60% | 管理活动模拟成绩比例10% | 平时作业成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% |
| 课程目标1 | 27.5% |  | 40% | 5% | 25% |
| 课程目标2 | 45% | 10% | 55% | 20% | 40% |
| 课程目标3 | 27.5% | 20% | 5% | 5% | 20% |
| 课程目标4 |  | 70% |  | 80% | 15% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（25%）**：通过学生在课堂上的表现情况（包括课堂提问、发言、参与讨论和管理活动模拟、回答问题、听课情况等），来评价学生学习过程及效果。课堂表现由教师平时所做学生表现的记录为依据。

**（2）平时作业完成情况（50%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计，通过课堂练习题、单元测验和小组任务等检验、强化学生对相关知识和方法的理解和掌握。平时作业主要根据雨课堂或学习通中要求学生完成的随堂测试、课后作业等得到的成绩为准。

**（3）管理活动模拟（25%）：考察学生的学习态度，主要以学习通或雨课堂记录为依据。**

**2.小组实战成绩评定**

可以从任务完成情况、实践报告质量、团队合作情况以及答辩表现几个方面进行评价。

任务完成情况：任务完成质量，评估学生的直播营销策划和执行情况，包括目标的达成、内容质量、推广效果等；任务效果，评估实际直播活动的效果，包括互动量、观众粘性、销售额等；数据分析能力：评估学生对直播数据的分析和优化能力。

实践报告质量：报告内容，评估实践报告的完整性，包括实践过程的描述、经验总结、问题分析和反思；报告质量，评估报告的文字表达、逻辑性和结构，以及对实践的深度思考；

团队合作情况：团队合作效果：评估学生在团队中的角色和贡献，包括合作协调能力和沟通效果，团队协作精神：评估学生是否能够积极参与团队工作，解决团队内部的问题和冲突。

答辩表现：答辩内容，评估答辩展示的内容是否能够清晰、有条理地传达实践成果和经验总结；答辩表现，评估学生的口头表达能力、自信度和对问题的回答能力。

等级评定标准（示例）：

优秀（A级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现出色，完成任务的质量和效果非常出色，报告内容深刻，团队合作和沟通卓越，答辩清晰自信。

良好（B级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现良好，任务完成质量较高，报告内容充实，团队合作和沟通良好，答辩表现较为自信。

中等（C级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现一般，任务完成质量一般，报告内容基本满足要求，团队合作和沟通一般，答辩表现尚可。

及格（D级）：学生虽然完成了任务，但任务完成质量一般，报告内容较为简单，团队合作和沟通较弱，答辩表现较为紧张或不够清晰。

不及格（F级）：学生未完成任务，或者任务完成质量极低，报告内容不符合要求，团队合作和沟通表现非常差，答辩表现不合格。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和小组实战考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+实践成绩（60%）**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和期末考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）

**（三）评分标准**

课程考核方式中涉及到平时成绩的评分标准，评分依据见“平时成绩评定”部分。试卷考核项目以试卷参考答案及评分细则为准。

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院工商管理系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。