

附件 5:

《网店运营与管理》课程标准

一、课程基本信息

《网店运营与管理》课程的基本信息见表 1。

表 1 《网店运营与管理》课程基本信息

课程名称	网店运营与管理	课程代码	GL227009
适用专业	电子商务	授课学期	第 4 学期
总学时	48	学分	3.5

二、课程性质及任务

《网店运营与管理》是我校电子商务专业的核心课程之一，对学生电子商务职业能力的培养起着重要的支撑作用。课程教学的主要目的是在学生已经具备一定的电子商务基础知识和网店美工等能力的基础上，通过学习网店运营管理的内容、流程和方法，进一步掌握网店运营管理的相关知识，培养学生整体的网店运营与推广能力和实践操作技能。

本课程基于网店运营的工作过程设计，让学生能够熟练掌握网店的日常运营，能够独立进行网店开店策划、网店视觉优化、网店活动策划、网店推广、网店数据分析和优化等网店运营技能。该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于真实的电子商务项目开展。因此，本课程包含的知识技能是从事网店运营、网店推广、电子商务营销等电子商务相关工作必备的核心技能。

与本课程相关的前导课程有：《网络营销与策划》、《电商沙盘模拟实训（ITMC）》、《图像处理与动画制作》、《网店美工技能训练》。本课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义，并为后续的《电商数据分析实训》、《电商消费心理学》等课程打下一个良好的基础。

三、课程设计思路

（一）课程内容选择标准

《网店运营与管理》课程的设计紧紧围绕本校电子商务专业的人才培养方案及电子商务行业应具备的通用能力和专业技术能力要求，结合专业课程体系并融入国家“1+X”职业技能等级证书的内容作为本课程的参照和选择标准。在课程思政教学实践中，本课程充分考虑学生的知识结构、理论水平和应用能力要求，

按照教育部颁布的《高等学校思想政治理论课建设标准》，从诚信品质、职业道德、责任意识、敬业精神、社会责任等方面，将网店运营理论知识与思想政治教育相结合，全面提高学生的综合素质。

（二）课程内容设计思路

《网店运营与管理》是一门实践性极强的课程，在内容上，本课程设计思路采取“任务驱动”的教学方法并遵循“任务引领、讲练一体”的原则；以课程项目为引领来构建学习情景，通过完成具体工作任务来学习相关的专业知识，将知识传授、职业能力培养有机结合起来，真正贯彻“做中学，学中做”的教学理念。

《网店运营与管理》的主要教学内容包括：网店运营岗位认知、网店开设的准备、网店活动策划、网店运营推广、SEO 搜索引擎的推广和优化、SEM 推广以及信息流推广等项目。每个项目以能完成某项工作岗位任务为目标，一个项目又分解成多个技能学习任务。课程内容组织重点突出对目标职业能力的训练，理论知识的选取则紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，既要满足高职教育对职业技能要求，同时兼顾相关专业知识学习以及“1+X”职业技能等级证书所需技能的学习。

四、教学目标与要求

（一）教学目标

1. 思政目标：

（1）将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和中华优秀传统文化教育内容融入到本课程的教学要求中，注重“术道结合”；

（2）借鉴国内网店运营案例的优秀经验，剖析网店运营行业先进人物的奋斗故事，激发学生对社会主义核心价值观的认同感，培养学生诚实、守信、坚忍不拔的性格，提高学生在沟通表达、自我学习和团队协作方面的能力；

（3）正确的技能观，努力提高自己的技能，为社会和人民造福，绝不利用自己的技能去从事危害公共利益的活动，包括刷单、盗取客户信息、不正当竞争谋取暴利等，提倡健康的网络道德准则和交流活动，鼓励学生利用自己的所学的专业知识，积极参与国家政策宣传与推广、社会科学普及等有益活动；

（4）培养学生的工匠精神，在商品标题制作与优化以及详情页优化等环节，培养学生精益求精的工匠精神，在潜移默化中培育社会主义核心价值观，提高综合职业素养，树立社会主义职业精神。

2. 知识目标:

- (1) 了解主流电子商务环境下网店推广策略与工具。
- (2) 熟悉搜索引擎优化 SEO 的作用、原理以及搜索排名影响因素。
- (3) 掌握关键词挖掘与分析的技巧
- (4) 掌握商品标题制作与优化以及详情页优化的技巧;
- (5) 了解 SEM 推广及信息流推广。
- (6) 掌握 SEM 推广和信息流推广的方法。

3. 能力目标:

- (1) 掌握网店关键词挖掘与分析的技巧。
- (2) 具备对网店商品标题优化的能力。
- (3) 掌握制定网店 SEM 推广策略的技巧, 可以制定合理的推广计划并实施 SEM 账户搭建和优化。
- (4) 掌握制定信息流推广策略的技巧,

(二) 教学要求

1. 教师应按教学大纲的规定, 全面地把握好课程深度、广度、教学进度和教学内容的重点、难点。
2. 任课教师要加强课堂管理, 对学生既要严格要求, 又要热情关心, 要求学生遵守课堂纪律。

五、课程结构与内容

1. 教学内容

《网店运营与管理》课程教学内容见表 2。

表 2 《网店运营与管理》课程教学内容

序号	项目/模块/任务	子项目/子模块/子任务	教学目标	教学内容	教学方法	技能点(纯理论课程本列可以不要)	学时
----	----------	-------------	------	------	------	------------------	----

1	模块一 网店推广认知	网店运营岗位介绍；网店推广新趋势；网店推广新技术；网店推广新思维	了解什么是网店运营；了解电子商务的法律法规和平台规则；熟悉网店了解目前网店推广新的发展趋势、技术和思维；了解网店运营各岗位人员应具备的岗位职责；树立正确的网店运营观。	1. 通过对目前企业网店运营岗位具体的工作内容以及企业对该岗位招聘要求来讲解什么是网店运营以及网店运营各岗位人员应具备的岗位职责；2. 通过最新的实事、案例来讲解目前网店推广运营发展的最新趋势，了解目前网店推广新的发展趋势、技术和思维。	理论讲授		2
2	模块一 网店推广认知	网上开店准备；店铺注册认证及基本信息设置	培养学生的自我管理能力和动手实践能力；能进行店铺注册认证及基本信息设置；能对市场进行调查；能选择合适的平台开设店铺；能选择恰当的方式找到网店的货源。	1. 通过进行店铺注册认证让学生了解最基本的网点开设流程；2. 通过百度指数等方式让学生对网络消费者的消费习惯和行业市场进行分析，知道哪些产品在网上容易销售；3. 给出情境让学生分析选取货源渠道。	上机实训	1. 能完成个人账号注册并开通个人淘宝店铺；2. 能完成个人店铺基本设置；3. 能完成不同员工子账号的创建和权限设置；4. 能百度指数进行市场分析。	2
3	模块二 SEO优化	SEO作用与原理；搜索排名影响因素；常见关键词挖掘策略和方法；商品标题制作与优化；详情页优化	掌握SEO作用与原理；掌握搜索排名影响因素；掌握常见关键词挖掘策略和方法；掌握商品标题制作与优化；能对详情页进行优化。	1. SEO对网店推广的作用；搜索引擎排序机制；2. 搜索排名影响因素；描述质量、相关性、服务质量、权重；3. 关键词分类；关键词挖掘；关键词词库制作；4. 商品标题制作与优化；网页标题优化；5. 详情页优化；商品属性优化；详情页文案、视频以及描述优化；网页链接优化。	理论讲授		10
4	模块二 SEO优化	关键词挖掘与词库制作；商品标题制作与优化；详情页优化	培养学生的责任心，良好的沟通、实施能力；培养学生的团队合作精神；培养学生对产品有敏锐的观察力；树立正当合法进行SEO优化的网店运营观，养成分析数据，调整策略的职业素养。	1. 标品/非标品爆款商品关键词挖掘的方法；2. 通过数据分析，对挖掘的关键词进行分类整理；3. 建立完整的标品爆款商品关键词词库；4. 根据建立的商品关键词词库，依据选词和组词策略，制作合适的商品标题；5. 根据SEO规则，通过数据分析，完成商品标题的优化。6. 从买家搜索习惯的解度分析关键词；7. 选择合适的关键词进行标题优化；8. 根据商品资料和行业经验，完善商品详情页的基本参数。能根据商品资料和受众特点，提炼商品的卖点，并将卖点转化成详情页创意；	上机实训	1. 能根据关键词分类与整理方法，通过关键词数据分析，对挖掘的关键词进行整理，建立系统的关键词词库；2. 能根据建立的关键词词库和组词方法，制作合适的商品标题；3. 能根据平台规则与关键词词库，通过分析商品排名与流量，完成商品标题优化；4. 能根据商品信息和用户画像，提炼商品卖点，完善商品详情页描述信息。	10

5	模块三 SEM推广	搜索推广策略制定；搜索推广账户搭建；搜索推广账户优化	掌握常见的搜索广告系统；掌握搜索广告的账户结构与商品形态；掌握SEM的投放原理与扣费机制；学会SEM关键词与SEM推广策略；掌握推广账户的搭建与优化；	1. SEM商品概览；2. SEM投放原理与扣费机制；3. SEM对SEO的影响；4. SEM账户搭建流程；5. 搭建推广计划与推广组；6. 关键词的添加与出价；创意编辑与SEM人群定向；7. SEM推广分析；推广计划与推广组制定策略；8. 账户推广效果优化		6
6	模块三 SEM推广	时间地域定向；关键词添加、出价；创意编辑与优化；人群定向与溢价；SEM推广	具备创新精神；培养学生对新媒体营销推广工作的热情；培养学生分析问题、解决问题的能力；培养敬业、团结、积极、耐心的职业素养。	1；直通车推广关键词的添加；对具体的关键词设置合理的出价；2 合理设置商品的创意；对推广商品制定人群定向与溢价比例；3. 根据网店商品与推广目标，合理分配推广资金，制定并实施推广策略 4. 分析推广数据，提出优化方案；5. 根据推广计划与推广组策略，制定可行的关键词策略，提高关键词质量分；6. 准确完成不同类型推广计划与推广组的搭建；7. 完成关键词的添加、出价与匹配类型设置；8. 完成推广创意的制作和人群的精准定向；	1. 能根据制定的推广策略完成不同类型推广计划的搭建以及推广组的搭建；2. 能完成关键词的选择与出价、匹配类型设置；3. 能完成推广创意的制作和精准人群定向；4. 能优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略等；5. 能优化推广创意和定向人群，提高广告点击率和转化率。	6
7	模块四 信息流推广	信息流推广概述；信息流推广账户搭建；信息流推广策略制定；信息流推广账户优化	掌握信息流广告的特点与推广账户结构；掌握信息流广告竞价机制；学会根据信息流推广目标制定合理的信息流推广策略；学会搭建信息流推广账户；学会根据信息流推广效果合理优化推广账户。	1. 信息流推广概念；信息流推广账户；信息流推广人群定向；信息流广告与SEM的区别；2. 信息流账户搭建；信息流人群定向设置；信息流创意制作；信息流落地页制作；信息流推广目标分析；信息流推广创意策略；信息流推广账户优化。	理论讲授	6
8	模块四 信息流推广	时间地域定向；人群定向；资源位选择与出价；信息流展位营销	树立注重提升流量转化效率、降低推广成本的职业素养。培养学生的责任心，良好的沟通、实施能力；培养学生分析问题、解决问题的能力。	1. 根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略；2 根据推广策略，拆解任务目标，制定相应的推广计划策略、推广组策略；3. 根据制定的推广计划和推广组策略，制定相应的推广创意和落地页策略；4. 制定应用下载目标人群的定向与出价策略；5. 结合人群画像进行创意的编辑 6. 通过数据分析，优化策略并实施；	1. 能根据推广组策略熟练完成推广组搭建；2. 能根据制定的受众定向策略完成受众的精准定向；3. 能完成推广创意的制作；4. 能根据平台数据，优化受众定向方式、出价策略等，提高广告推广效果；5 能根据创意和落地页推广数据，优化推广创意。	6

2. 课程思政

简要描述课程思政总体教学目标和课程思政教学设计路线。

《网店运营与管理》课程思政教学设计见表 3。

表 3 《网店运营与管理》课程思政设计

序号	知识点	思政目标	课程思政教学设计
1	了解什么是网店运营；学习网店运营各岗位的岗位职责和应具备的职业能力。	增加对社会主义核心价值观的认同感	通过网店运营岗位前景的介绍，引发学生对未来的职业愿景，激发学生社会主义核心价值观的认同感。
2	理解网店运营人员的职业操守；树立学生对职业的认同感、责任感。	促进社会和谐	前期调查得知，企业最害怕运营岗位的毕业生非法跳槽的问题，在此章节融入合理、合法跳槽的注意事项，消除跳槽对企业及个人的负面影响。
3	了解网络消费者的消费习惯，对行业市场进行分析。	增强消费者权益保护意识	调查消费者的过程中，既要保证调查的真实性，又要强调调查的保密性，不泄露消费者数据，保护消费者个人信息。
4	能选择恰当的方式为自己的网店找到货源	增强产品的质量意识和维护知识产权	在进货和选择货源过程中，要树立维护知识产权的意识，避免选择山寨产品，并且选择产品质量优质的货源才能让经营更长久。
5	掌握网上开店平台的规则；	开展法律宣传	结合《电子商务法》、《广告法》讲述平台规则，让法律意识深入学生内心。

六、实施和保障

（一）教师要求

1. 在教学思想上，要充分体现学生的主体地位，以人的发展为本；要重视教学过程，不仅教会学生“是什么”、“为什么”，更要让学生知道“怎么做”、“怎么用已有的知识拓展并获取新的知识”；要贯彻教学民主精神，通过课堂教学、课外活动等实践，培养学生自我学习、自我发现、自我探索的能力，为其终身发展打下基础。

2. 在业务素质上，教师要学习电子商务的最新专业知识，掌握最新的发展动态和趋势，具备网店推广与运营相关专业知识。要具备良好的基本功、广博的知识和文化素养，并具有一定的教育科研能力、对教学行为进行诊断、反思和改进的能力、对教学资源的评估、选编和增补的能力以及对学生的学习和发展进行评价的能力。

（二）实践教学条件要求

1. 《网店运营与管理》是一门实践性非常强的专业核心课，必须配备配置相对较高的计算机，并提供互网络及相关软件。

2. 教学实训系统（包括上机训练、项目案例库、项目实训库及相应的指导书）要丰富完善，方便学生在线学习。

（三）教学方法建议

1. 《网店运营与管理》课程按照高职教育特点积极探索行之有效的教学方法，并以学生为主体，综合考虑知识、技能、态度、素质四个能力要素；在课程组织实施上，大力实践“就业导向”的技能型教学模式，积极推进“教、学、做”一体化的模式，教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线的原则”，着重培养学生的自主学习和项目设计开发能力，充分利用现代化教学手段和工具。

本课程教学内容知识系统全面、实践操作强，因此优先采用的教学方法和信息化手段包括：多媒体教学、案例教学法、情境模拟教学法、分组协作法、角色扮演法、结合项目教学法等实施教学任务，目的是通过案例和实际操作练习让学生熟练运用所学知识，并将知识内化。

2. 教学方式多样化

（1）任务驱动：引用真实的网店项目，以工作过程为导向实施教学。

（2）翻转课堂：课前在职教云等平台发布工作任务，学生通过平台进行课前学习，带着问题进课堂。

（3）课堂教学：利用多媒体课件，进行理论教学，重点讲授基本知识、基本技能和应用。

（4）实训指导：配合课堂教学，设计相应的实训案例，充分利用计算机进行教学实训。

（5）课后交流：利用职教云、微信、QQ 等平台进行课后答疑

3. 学习任务工作化

围绕专业人才培养目标，结合网店运营与管理课程内容，将课程分为若干模块，每个项目又划分成若干个子任务，将每个学习任务转化成工作任务，实现知识、技能和工作一体化。

（四）教材选用和编写建议

（1）参考教材：

北京鸿科经纬有限公司主编《网店推广》，高等教育出版社，2019.11，ISBN 978-7-04-053217-3。

刘蓓主编，《网店运营实务》北京邮电大学出版社，2019.04，ISBN978-7-5635-5416-4。

（2）建议编写教材时，应结合主参考教材，对内容进行项目化情景化处理，并结合学生实训情况配图进行说明。

（3）对于涉及本专业岗位的实践活动，教材应以岗位的操作规程为基准，并将其纳入其中。

（4）教材内容应不断拓展，并体现创新性、先进性、通用性、实用性，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

（五）课程资源

1. 《网店运营与管理》课程教学资源主要有课程标准、授课计划、电子教案、教学课件、操作案例、教学视频、实训指导等。

2. 纸质教学资源：教材、参考书籍、技能抽查试题等。

3. 数字化教学资源：课件、教学视频、微课、鸿科经纬官网、博导官网、慕课、千牛软件、职教云平台、淘宝大学、高校课程思政数据库（试用阶段）：<http://sz.twbxyz.net/>。等。

4. 鸿科经纬实训系统（上机训练）。

七、考核与评价

本课程的考核由两部分构成

（一）平时成绩（占 40%）

包括出勤率（20%）、课堂表现与参与度（20%）、作业完成质量（20%）、实训课任务完成情况（40%）。

（二）卷面成绩（占 60%）

采用闭卷形式，卷面知识覆盖面在总体所学知识的 85%以上。

八、教学进程与安排

顺序	周次	授课章节与内容摘要	授课时数	教学目标	授课方式	教学方法	场地要求	作业安排
----	----	-----------	------	------	------	------	------	------

1	1	模块一 网店开设	2	了解电子商务的法律规范；熟悉主流电商平台的优势及特点；熟悉网店选品主要货源渠道；掌握网店选款的方法；掌握网店商品定价的原则；掌握主流平台网店申请与开通的方法；能完成店铺的注册及认证；能对店铺的基本信息进行合理的设置。树立正确的网店运营观，树立服务社会服务地方的理想信念。弘扬敬业诚信价值观。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块一习题
2	1	模块一 店铺注册认证及基本信息设置	2	完成个人账号注册并开通个人淘宝店铺；完成个人店铺基本设置；成不同员工子账号的创建和权限设置。树立正确的网店运营观，树立服务社会服务地方的理想信念；弘扬敬业诚信价值观。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
3	2	模块二 网店基础操作（1）	2	了解不同平台商品发布的流程；熟悉商品发布的主要内容；掌握商品标题撰写及优化的技巧；能完成店铺内商品的发布。培养低碳绿色的物流精神，培养学生视觉设计中的版权意识。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块二习题
4	2	模块二 商品标题撰写	2	能完成店铺内商品的发布；掌握商品标题撰写及优化的技巧。培养低碳绿色的物流精神，培养学生视觉设计中的版权意识。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
5	3	模块二网店基础操作（2）	2	了解商品上下架处理的原理；了解不同平台的主要物流方式；熟悉商品优化的方法；掌握商品类目优化的方法；能完成不同情况下运费模板的创建。培养低碳绿色的物流精神，培养学生视觉设计中的版权意识。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块二习题
6	3	模块二运费模板设置及运营数据分析	2	能完成不同情况下运费模板的创建；能对店铺实时、流量、商品、交易、内容物流数据进行分析；能根据分析结果提出针对性运营方案。培养低碳绿色的物流精神，培养学生视觉设计中的版权意识。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告

7	4	模块三 SEO 优化 (1)	2	能根据搜索引擎的工作原理和商品关键词常用挖掘策略,通过对商品和用户的分析,拆解关键词词根,完成商品关键词的挖掘工作;能根据关键词分类方法与规范,通过数据分析,对挖掘的关键词进行分类,建立关键词词库。树立正当合法进行 SEO 优化的网店运营观,养成分析数据,调整策略的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块三习题
8	4	模块三关键词挖掘	2	能够掌握标品/非标品爆款商品关键词挖掘的方法;能够通过数据分析,对挖掘的关键词进行分类整理;能够建立完整的标品爆款商品关键词词库;树立正当合法进行 SEO 优化的网店运营观,养成分析数据,调整策略的职业素养。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
9	5	模块三 SEO 优化 (2)	2	能根据建立的商品关键词词库,依据选词和组词策略,制作合适的商品标题;能根据 SEO 规则,通过数据分析,完成商品标题的优化。树立正当合法进行 SEO 优化的网店运营观,养成分析数据,调整策略的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块三习题
10	5	模块三高竞争力链接 SEO 优化	2	能够从买家搜索习惯的解度分析关键词;选择合适的关键词进行标题优化;树立正当合法进行 SEO 优化的网店运营观,养成分析数据,调整策略的职业素养。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
11	6	模块三 SEO 优化 (3)	2	能根据商品资料和行业经验,完善商品详情页的基本参数;.能根据商品资料和受众特点,提炼商品的卖点,并将卖点转化成详情页创意。树立正当合法进行 SEO 优化的网店运营观,养成分析数据,调整策略的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块三习题
12	6	模块三低竞争力链接 SEO 优化	2	掌握标品新品/滞销品商品标题优化的方法;树立正当合法进行 SEO 优化的网店运营观,养成分析数据,调整策略的职业素养。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
13	7	模块四 SEM 优化 (1)	2	掌握常见的搜索广告系统;掌握搜索广告的账户结构与商品形态;培养敬业、团结、积极、耐心的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块四习题

14	7	模块四关键词添加、出价；创意编辑与优化；人群定向与溢价。	2	能够进行直通车推广关键词的添加；能对具体的关键词设置合理的出价；能够合理设置商品的创意；能够对推广商品制定人群定向与溢价比例；培养敬业、团结、积极、耐心的职业素养。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
15	8	模块四 SEM 优化（2）	2	掌握 SEM 的投放原理与扣费机制；学会 SEM 关键词与 SEM 推广策略；掌握推广账户的搭建与优化；培养敬业、团结、积极、耐心的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块四习题
16	8	模块四 SEM 综合实训	2	能够根据网店商品与推广目标，合理分配推广资金，制定并实施推广策略；能够分析推广数据，提出优化方案；培养敬业、团结、积极、耐心的职业素养。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
17	9	模块五信息流推广（1）	2	能根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略；能根据推广策略，拆解任务目标，制定相应的推广计划策略、推广组策略；能根据制定的推广计划和推广组策略，制定相应的推广创意和落地页策略；树立注重提升流量转化效率、降低推广成本的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块五习题
18	9	模块五人群定向与出价；信息流创意编辑；信息流账户优化。	2	能够制定应用下载目标人群的定向与出价策略；能够结合人群画像进行创意的编辑；能够通过数据分析，优化策略并实施；树立注重提升流量转化效率、降低推广成本的职业素养。	实训	项目教学法	实训机房	实训报告
19	10	模块五信息流推广（2）	2	能够分析推广数据，提出账户优化方案；树立注重提升流量转化效率、降低推广成本的职业素养。	讲授	项目教学法	多媒体教室	模块五习题
20	20	考试	2	考试	考试		教室	试卷

注：1. 理论课和实验课以 2 节课为单元撰写授课计划，实训课以 2-4 节课为单元撰写授课计划。

2. 授课方式是指理论讲授、实验操作、现场实训或理实一体等方式。

3. 教学方法是指讨论法、项目教学法、案例教学法、仿真法等方法。

九、其他说明

课程教学内容应根据新知识和新技术的发展，适时引入企业实际工作任务，动态更新。