

《 网店运营 》课程标准

专业代码：730701/ 630604

适用专业（群）：电子商务/连锁经营与管理

一、课程定位

《网店运营》是电子商务专业的一门专业核心课程。课程的主要功能是：训练和培养学生利用淘宝、拍拍平台从事网店建设与运营的实践能力。为学生今后走向社会，从事与网店经营相关的工作打下坚实的基础。

与该课程相关的前导课程有：《网上贸易实务》，后续课程有：《网络营销》、《电子商务物流》。

通过本课程的讲解、演练与实践活动，促进本专业学生更好地掌握网上开店、网店运营等基本理论，建立起电子商务网店平台并开展电子商务业务，具有对网店运营、网店推广等技能的实际运用和操作能力。

二、设计理念与思路

（一）设计理念

课程内容的选择是以网店经营的实际环节为依据，打破了以原理知识传授为主要特征的课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论与实践知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了相关职业技能证书对知识、技能和态度的要求。

（二）设计思路

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，通过笔试、操作、加面试的考试方法，全面考核学生实际经营网店的能力。

1.遵循职业性。职业教育就是就业教育，高职教育是一种适应市场需求、培养高等技术应用人才的职业教育。所以高职电子商务专业的《网店运营》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、绩效评价和教师心态等方面，给师生提供更多选择的机会和更大创新的空间，努力打造《网店运营》精品课程资源。

4.注重能力性。在对高职高专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，充分考虑企业和行业的评价，突出能力目标，达到良好的教学效果。

三、课程教学目标

本课程的教学目标是：通过课程理论学习和实践训练，主要培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程;培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

(一) 知识目标

- 1.具备网络市场调研相关知识;
- 3.具备商品拍摄和图片处理相关知识;
- 2.具备网络销售与推广相关知识;
- 4.具备订单处理相关知识;
- 5.具备网络支付与结算相关知识;
- 6.具备物流配送知识;
- 7.具备客户服务与管理相关知识。

(二) 能力目标

- 1.商业经营运作能力;
- 2.获取新知识和技能的能力;
- 3.培养学生善于总结与应用实践经验的能力;

4 独立学习能力；

5.决策能力。

(三) 素质教育目标

1. 具有良好的沟通能力与团队协作精神；

2. 具有提出问题、分析问题及解决问题的能力；

3. 具有吃苦耐劳和良好的抗压心理素质。

四、典型工作任务

根据劳动与社会保障部“助理电子商务师”职业资格标准要求，归纳典型工作任务如下：

(一) 网店前期筹划

1. 网店定位

2. 货源的选择

3. 竞争对手分析

(二) 网店美工设计

1. 产品拍摄和处理

2. 宝贝详情页设计

3. 促销海报设计

(三) 网店推广

1. 淘宝搜索引擎优化

2. 直通车推广

3. 活动申报

(四) 网店客服管理

1. 售前客服流程

2. 售后客服流程

(五) 仓储与物流

1. 出入库管理

2. 大促仓储预案

(六) 网店数据分析

1. 后台数据软件使用

2. 数据运营指标分析

（七）网店会员管理

1. 老顾客管理
2. 会员营销

五、课程内容和要求

序号	工作任务		教学要求	活动设计
1	网店前期筹划	1. 网店定位 2. 货源的选择 3. 竞争对手分析	1. 掌握商品的供货渠道、掌握商品的价格制定策略; 2. 掌握市场调查的方法 3. 了解淘宝个性店铺定位方法	活动一：完成网店前期准备工作 1. 撰写市场调查报告。 2. 网店商品定位及价格制定。 3. 网上银行注册。 4. 数字证书的下载与备份。
2	网店美工设计	1. 产品拍摄和处理 2. 宝贝详情页设计 3. 促销海报设计	1. 掌握商品拍摄、后期处理的方法和技巧; 2. 从消费者角度设计宝贝详情页、促销海报	活动二：宝贝详情页制作 1. 确定自己店铺潜力爆款; 2. 调研同类商品,确定拍摄方案; 3. 图片后期处理,制作宝贝详情页; 4. 上传、测试、优化 活动三：促销海报设计 1. 根据节假日、店铺情况制定促销活动; 2. 制作促销活动海报; 3. 上传、测试、优化
3	网店推广	1. 淘宝搜索引擎优化 2. 直通车推广 3. 活动申报	1. 了解淘宝搜索引擎的工作原理和影响因素 2. 掌握宝贝排名优化方法和技巧; 3. 掌握直通车推广的基本原理;	活动四：优化宝贝排名 1. 优化宝贝标题,确定核心关键词 2. 合理安排宝贝上下架时间; 3. 优化店铺综合权重

序号	工作任务		教学要求	活动设计
			4. 掌握淘宝活动申报方法和技巧	4. 定期记录宝贝排名,持续优化 活动五: 申报活动 1. 了解淘宝官方、第三方活动的申报条件; 2. 根据店铺情况选定产品进行申报; 3. 成功后制定促销预案
4	网店客服管理	1. 售前客服流程 2. 售后客服流程	1. 掌握淘宝售前流程,掌握售前话术; 2. 掌握淘宝售后处理方式,如退换货、差评等;	活动六、售前客服 1. 制定自己店铺的产品手册; 2. 整理自己店铺的售前话术; 3. 根据问题时常调整话术 活动七、售后处理 1. 梳理售后问题的种类,针对每一种问题,给出解决方案; 2. 时常更新售后处理方案; 3. 根据售后优化店铺运营
5	仓储与物流	1. 出入库管理 2. 大促仓储预案	1. 了解大型电商企业仓库管理方法; 2. 能根据自身情况选择快递; 3. 针对大型活动,能制定预警方案,应对各种突发状况	活动八、制定店铺快递方案 1. 调查本地快递运营状况; 2. 结合报价选择合适的快递,主要快递+备选快递; 3. 发货处理、跟单处; 4. 及时优化快递方案
6	网店数据分析	1. 后台数据软件使用 2. 数据运营指标	1. 了解店铺运营主要数据指标,如流量、转化率、客单价等;	活动九: 使用量子统计分析数据 1. 订阅量子恒道软件;

序号	工作任务		教学要求	活动设计
		分析	2. 能够熟练使用淘宝后台数据软件，如量子统计、生意经等； 3. 能够根据数据制定运营方案	2. 了解软件功能，流量、转化率等； 3. 分析数据优化店铺运营方案； 4. 持续关注效果。
7	网店会员管理	1. 老顾客管理 2. 会员营销	1. 掌握维持老顾客的方法和技巧； 2. 掌握客户营销的方法和技巧。	活动十、客户关系管理 1. 后台查询店铺的二次购买率； 2. 对老顾客调研，查找跳失原因； 3. 制定客户营销、客户关怀方案

六、学时分配

序号	工作任务	学 时
1	网店前期筹划	8
2	网店美工	8
3	网店推广	12
4	网店客服管理	12
5	仓储与物流	8
6	网店数据分析	8
7	网店会员管理	8
合 计		64

七、实施建议

(一) 教材编写或选用

段文忠.网店运营实务, 中国科学技术大学出版社, 2014。

参考书目

- 1.孙参运. 新编电子商务. 开封: 河南大学出版社, 2008
- 2.罗岚. 网店经营宝典. 北京: 清华大学出版社, 2008
- 3.陶世怀. 电子商务概论. 大连:大连理工大学出版社, 2007
- 4.陈新林. 电子支付与网络银行. 大连: 大连理工大学出版社, 2006

(二) 教学建议

《网店运营》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，合理规划教学内容、科学设计教学方法和考核方式，提高学生学习的积极性和趣味性。

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。

教学方法主要以分组协作法、角色扮演法、情景模拟教学法为主，以叙述教学法、启发布教学法、诱导法等其他教学方法为辅，已完全做到争对不同教学环境、不同学习对象选择合理的教学方法。

(三) 评价评价

本课程教学评价采用过程性评价与结果性评价相结合，理论考试与实践考核相结合，理论考试重点考核与实践能力紧密相关的知识，重点评价学生的职业能力。

教学评价建议表：

考核分类	权重	考核内容	
学习项目考核	0.7	任务学习过程考核（态度、提问、讨论等），所占权重 0.3。	任务学习结果考核（作业、文档、平时测验等），所占权重 0.4。
期末课程考核	0.3	理论与实践综合考核	

(四)课程资源的开发与利用

1.以多媒体技术和网络技术为主的现代教学手段。全部课堂教学采用多媒体教学，教师全部自编电子教案、电子课件；

2.积极利用网上商城，进行图文声色为一体的新型教学模式；

3.运用传统经典讲解、演示与现代信息技术相结合的教学手段，提升了多媒体教学效果，增加了学生的直观感受和学习兴趣，提高教学效率；

4.利用网络将课堂教学延伸到课外，利用知名行业网站资源进行课外学习，如淘宝大学、派代网、天下网商等，利用博客、微博提供了丰富的网络学习资源和师生交流环境，突破了时空限制，促进学生的自主学习和研究型学习。