

网店运营推广（中级）

培训指导方案

北京鸿科经纬科技有限公司

目 录

第一部分 培训指导大纲	2
第二部分 培训教案设计	3
模块一 网店推广认知	3
模块二 SEO 优化.....	8
模块三 SEM 推广.....	17
模块四 信息流推广	26

第一部分 培训指导大纲

《网店运营推广职业技能培训指导方案》（中级）是根据《网店运营推广职业技能标准》（中级）的内容定制定的。主要面向搜索引擎推广、信息流推广等岗位群，完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务，具备网店推广能力。

网店运营推广职业技能（中级）培训内容包括 SEO 优化、SEM 推广以及信息流推广 3 大工作领域。在培训组织形式上，利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练，力求做到理论与实践相结合，将知识传授、职业能力培养有机结合起来，巩固和加强对知识的理解，并学以致用。

教学方法：采取“任务驱动”教学方法、情境教学、案例教学等教学方法。教学中应注重启发学生的思维，将学生潜在的问题和能力充分展现，以利于教师在此基础上进行总结分析，及时调整教学进度和教学内容。

培训时长：共 96 学时（理论 48、实训 48）

培训环境和设备：具有满足网店运营推广职业技能等级证书培训需要的网店或者实训平台。

模块	单元	培训方式	参考课时	
			理论	实训
模块一 网店推广认知	单元一 网店推广新趋势	讲授	1	0
	单元二 网店推广新技术	讲授	1	0

	单元三 网店推广新思维	讲授	1	0
模块二 SEO 优化	单元一 SEO 作用与原理	讲授	3	0
	单元二 搜索排名影响因素	讲授	4	0
	单元三 关键词挖掘与分析	讲授和实训	4	8
	单元四 标题制作与优化	讲授和实训	3	10
	单元五 详情页优化	讲授	3	0
模块三 SEM 推广	单元一 SEM 推广概述	讲授	3	0
	单元二 SEM 推广策略制定	讲授	4	0
	单元三 SEM 推广账户搭建	讲授和实训	4	8
	单元四 SEM 推广账户优化	讲授和实训	3	8
模块四 信息流推广	单元一 信息流推广概述	讲授	3	0
	单元二 信息流推广策略制定	讲授	4	0
	单元三 信息流推广账户搭建	讲授和实训	4	8
	单元四 信息流推广账户优化	讲授和实训	3	6
合计			48	48

第二部分 培训教案设计

模块一 网店推广认知

培训时长	3 课时	培训方式	讲授
概述	本模块分为三个单元：网店推广新趋势、网店推广新技术、网店推广新思维。让学生从整体上了解网店推广目前发展的基本情况，掌握基本网店推广技巧，拥有网店推广新思维，为下面几个模块的学习奠定基础。		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none">1. 能够了解网店推广新趋势2. 能够掌握网店推广新技术3. 能够熟悉网店推广新思维 <p>（二）过程与方法</p> <p>在讲授中体会提出问题、分析问题、解决问题的过程，培养问题意识和解决问题的能力。</p> <p>（三）情感态度与价值观</p> <p>通过本模块学习过程，提高学生的网店推广认知，培训学生的网店推广思维，提高学生网店推广的兴趣和能力。</p>		
教学重、难点	<p>（一）教学重点</p> <p>作为网店推广人员，应该掌握必备的推广技术，但随着互联网的飞速发展，我们掌握的技术和方法也应该与时俱进。因此，确定本模块的教学重点是：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 网店推广的新技术 <p>（二）教学难点</p> <p>从 SEO 和 SEM 到信息流推广再到人工智能，网店推广的方式随着技术的发</p>		

	展不断变革，如果我们保持一成不变，必定会被淘汰，所以更新推广思维适应变化才能保持自身的优势地位。因此，确定本模块的教学难点是： 1. 网店推广的新思维		
教学准备	教师准备：多媒体课件 学生准备：培训教材、笔记本、笔		
教 学 过 程 设 计			
教学环节	教学内容	师生活动	设计意图
情境导入	国家统计局电子商务交易平台调查显示，新冠肺炎疫情加速了传统经济数字化转型进程，电子商务平台在助力抗击疫情、拉动消费回补、畅通产业链供应链方面发挥了重要作用。但这也意味着电商的竞争越来越激烈，那我们作为一个网店推广人员就不得不紧跟时代步伐，不断提升自己对网点推广的认知。	教师： 1. 教师提出任务/问题：目前我国电子商务发展的现状是什么，有哪些机遇与挑战。 2. 引导学生通过搜集资料了解国内电商的发展，面临的机遇和挑战等相关问题。 3. 总结学生的想法，引出本模块要学习的三个单元的内容。 学生： 学生通过搜索及浏览相关平台内容，思考教师提出的问题，并尝试进行回答。	1. 结合新冠肺炎疫情期间电子商务平台的作用引导学生进入本模块的学习，明确学习情境和目标。 2. 学生的在自主学习过程中，目标性强。通过自己探索，加深对网店推广的认知。

<p>单元一： 网店推广 新趋势 (1课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 电子商务红利时期认知 2. 电子商务红利分析 3. 精细化运营时期认知 4. 网店推广发展趋势 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师引导学生通过小组讨论，借助网络资源，了解网店推广发展的各个时期，了解各个时期的特点，分析网店推广发展有哪些新趋势。 2. 根据学生的学习情况，实时的点拨、引导启发学生遇到的困难问题。尽量让学生独立自主的完成学习任务。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，通过各种途径完成资料的收集。 2. 组内讨论总结。 3. 各小组派代表上台分享。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 各自搜索学习资料可以提高学生学习的自发性，发散学生思维。 2. 小组讨论主要是要要求学生集思广益，通过团队协作完成学习内容。 2. 小组代表上台分享，可以发现不足，相互促进，并且提高学生的表现能力。
<p>单元二： 网店推广 新技术(1课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SEO 和 SEM 认知 2. 信息流推广认知 3. 融媒体推广认知 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 针对各电商平台网店推广技术进行分析。 2. 针对各电商平台网店推广技术进行案例讲解，并引导学生举例讲解，举一反三。 3. 根据学生发言内容，进行归纳总结。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，根据教师讲解 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理论学习应结合案例进行可以使抽象的理论知识具象化，使学生更容易理解和学习。 2. 学生根据教师的讲解举一反三，能够使使学生有发散思维并且能够加强学生的认知。 3. 学习总结，及时发现自己的不足，及时弥补。

		<p>的内容进行相关知识学习。</p> <p>2. 小组成员根据教师讲解的案例，列举相关或相似案例进行讲解，举一反三。</p> <p>3. 根据教师的总结，及时发现自己的不足，并及时总结。</p>	
<p>单元三： 网店推广新思维（1课时）</p>	<p>相关知识：</p> <p>1. 流量思维转向用户思维</p> <p>2. 用户思维的路径</p> <p>3. 网络营销的核心</p>	<p>教师：</p> <p>1. 教师对网店推广新思维进行讲解。</p> <p>2. 对讲解内容进行提问：什么是网店推广新思维，为什么要有网店推广新思维，网店推广新思维要求我们应该怎么做。</p> <p>学生：</p> <p>1. 学生4人1组，通过教师的讲解对网店推广新思维有一定了解，然后自行搜索相关资料进行深入学习。</p> <p>2. 小组成员就教师提出的问题进行讨论。</p> <p>3. 各小组派代表上台分享。</p>	<p>1. 通过教师讲解为学生本单元学习奠定基础。</p> <p>2. 通过回答是什么、为什么、怎么做，让学生了解网店推广新思维的本质。</p> <p>3. 小组分享，相互学习，开拓思维。</p>
<p>课后作业</p>	<p>如果你有一家网店，现在需要进行推广，根据本模块的学习，你有哪些思路？请写出不少三条具体思路，并说明为什么这么做。</p>		

评价方式	1. 课堂的自评、互评、师生点评。 2. 课后作业。
------	-------------------------------

模块二 SEO 优化

培训时长	35 课时	培训方式	讲授和实训
概述	本模块分为五个单元：SEO 作用与原理、搜索排名影响因素、关键词挖掘与分析、标题制作与优化、详情页优化。通过本模块的学习，使学生能够了解 SEO 的工作原理及排名机制，通过关键词词库搭建、标题制作与优化和详情优化，完成 SEO 优化工作。		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none">1. 能够了解 SEO 对网店推广的作用及搜索引擎排序机制2. 能够掌握搜索排名影响因素3. 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4. 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5. 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6. 能根据 SEO 规则，通过数据分析，完成商品标题的优化7. 能根据商品资料和行业经验，完善商品详情页的基本参数8. 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。 <p>（二）过程与方法</p> <p>结合教师讲授的理论知识，通过实训软件中的 SEO 优化任务的练习，学生提出与任务相关的问题，并分析问题，最终解决问题，在理实一体的学习过程中，逐步强化自己的 SEO 优化能力。</p>		

	<p>(三) 情感态度与价值观</p> <p>通过理实一体的学习，让学生提前体验到了和真实工作环境相似的氛围，丰富了学生的学习体验，增强了学生对推广相关工作能力的自信心。</p>		
教学重、难点	<p>(一) 教学重点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 关键词挖掘提炼 2. 标题组合与优化 <p>(二) 教学难点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 不同类型关键词之间的区别 2. 标题中关键词与产品的相关性 3. 标题中关键词的覆盖率 4. 如何提炼产品的卖点 		
教学准备	<p>教师准备：多媒体课件</p> <p>学生准备：培训教材、笔记本、笔</p>		
教 学 过 程 设 计			
教学环节	教学内容	师生活动	设计意图
情境导入	<p>2019年7月12日，三只松鼠正式登陆A股市场，在深交所挂牌上市，上市短短三天，天猫旗舰店粉丝数立增100万，全渠道销售额超过1亿元。</p> <p>在三只松鼠上市</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师提出任务/问题：三只松鼠为什么能够在激烈的竞争中一直保持在自然搜索排名的前几名？ 2. 引导学生通过搜集资料，了解三只松鼠在网店推广中是怎么做的，并让学生进行发言。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过“三只松鼠”案例，引导学生进入本模块的学习，明确学习情境和目标。 2. 根据案例提问，让学生自主查找答案，激发学生的学习主动性，提高学习效率，并且能够

	<p>期间的天猫搜索词排行榜上，品牌词“三只松鼠”和“三只松鼠旗舰店”在热搜排名里占据了前2位，品牌词搜索人气之和是排在第3位的“零食”类目搜索词的7倍之多。</p> <p>当年三只松鼠天猫店刚刚起步时，“坚果”“碧根果”在淘宝平台的竞争已经非常激烈，为什么三只松鼠能够脱颖而出，牢牢占据自然搜索排名的前几名呢？</p>	<p>3. 总结学生的想法，引出本模块要学习的五个单元的内容。</p> <p>学生：</p> <p>学生通过搜索及浏览相关平台内容，思考教师提出的问题，并尝试进行回答。</p>	<p>加深记忆。</p>
--	--	---	--------------

<p>单元一： SEO 作用 与原理 (3 课 时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SEO 对网店推广的作用 2. 搜索引擎排序机制 3. 用户引导 4. 搜索词拓展 5. 搜索词拆解 6. 内容筛选 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师为学生讲解 SEO 优化对网店推广的作用。 2. 根据讲解的 SEO 优化对网店推广的作用引导学生思考为什么会有这些作用，原理是什么。 3. 根据原理总结我们作为网店推广人员应该如何进行推广。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，通过教师讲解的内容，思考 SEO 优化对网店推广产生作用的原理。 2. 结合自己的思考查找相关资料，并进行组内讨论总结。 3. 根据讨论总结得出的结论，得出 SEO 在实际网店推广中的应用。 4. 各小组派代表上台分享。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师讲解课程部分内容，引导学生思考，促使学生主动学习。 2. 采用提问、思考、讨论、总结、应用的学习流程，让学生能够深入浅出的理解学习内容。 3. 采用讲授教学与小组讨论相结合的教学方式，既能提高学生的参与度，又能调动学生的学习积极性。
<p>单元二： 搜索排名 影响因素 (4 课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 搜索排名影响因素认知 2. 描述质量认知及作用 3. 相关性认知及作用 4. 服务质量认知及作 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师根据教学课件讲解搜索排名影响因素相关内容。 2. 教师根据学生的学习情况，实时的点拨、引导启发学生遇到的困难问题。 <p>学生：</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 因为部分内容相对抽象，采用教师讲授的教学方式，能够提高教学质量与教学效率。 2. 结合教师讲解进行。让学生进行自主学习，能调动学生学习积极

	用 5. 权重认知及作用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据教师讲解的内容学习搜索排名影响因素。 2. 根据教师引导自主学习描述质量、相关性、服务质量、权重等内容。 3. 不能理解的内容及时提问。 	<p>性。</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 通过提问的方式学习能够找出让学生发现自己的不足，及时查缺补漏。
单元三： 关键词挖掘与分析 (12 课时)	相关知识： <ol style="list-style-type: none"> 1. 关键词分类认知 2. 不同类型关键词之间的区别 3. 关键词挖掘流程 4. 关键词挖掘方法 5. 关键词词库制作 	教师： <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 请思考分析，推广部门为什么要进行 SEO 关键词挖掘？ 关键词挖掘和 SEO 有什么关系？ 关键词挖掘方法有哪些方法？ 建立关键词词库的好处有哪些？ 2. 请学生回答问题。 3. 教师根据学生的回答，进行归纳总结，引出要进行的实训任务。 学生： <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，就教师提出的问题进行讨论。 2. 各小组派代表上台分享。 3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足，并及时完善。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师提问的方式引导学生学习关键词挖掘与分析挖掘单元内容。 2. 通过小组讨论进行使学生思维更加发散，组内学生取长补短。 3. 小组分享，相互学习，开拓思维。
	实训步骤：	教师：	1. 通过演示教学，学生

	<p>子任务一、关键词分类</p> <p>第一步：根据“数据分析”中的“商品信息”进行分析并拆分出关键词；</p> <p>第二步：把拆分后的关键词进行分类；</p> <p>第三步：按照要求将分类后的关键词填入对应文本框中。</p> <p>子任务二、关键词挖掘-搜索人气</p> <p>第一步：根据“数据分析”中的“商品信息”，从下方左侧的关键词列表中搜索相关关键词；</p> <p>第二步：选择符合要求的相关关键词；</p> <p>第三步：检查所选关键词，确认无误并提交。</p> <p>子任务三、关键词挖掘-排名</p> <p>第一步：根据“数据</p>	<p>1. 示范操作</p> <p>教师对关键词挖掘与分析部分四个子任务进行示范操作。</p> <p>2. 多媒体资料展示</p> <p>通过多媒体展示技术，将与关键词挖掘与分析相关的知识同步展示再给学生，让学生不仅知其然，还可以知其所以然。</p> <p>3. 细微操作，关注学生</p> <p>教师可以根据学生的实际反应情况，针对部分的难点进行反复细致的讲解和操作。让学生的学习过程更加轻松。</p> <p>学生：</p> <p>1. 通过教师演示进行实训内容的学习。</p> <p>2. 根据教师演示进行自主练习。</p> <p>3. 根据练习情况进行闭卷考核。</p>	<p>可以快速掌握关键词挖掘与分析的实操技巧。</p> <p>2. 通过自主练习，可让学生查缺补漏，发现自己在实操中存在的问题。</p> <p>3. 通过闭卷考核，可以对学生近段时间的学习成果进行检测，有利于教师进行下一步教学。</p>
--	---	---	--

	<p>分析”中的“商品信息”，从下方左侧的关键词列表中搜索相关关键词；</p> <p>第二步：选择符合要求的相关关键词；</p> <p>第三步：检查所选关键词，确认无误并提交。</p> <p>子任务四：组合长尾词</p> <p>第一步：下载自组词模板表格；</p> <p>第二步：用正确的方式组合长尾词；</p> <p>第三步：根据要求筛选组合后的长尾词，确认无误并提交。</p>		
<p>单元四： 标题制作与优化 (13课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品标题认知 2. 商品标题制作流程 3. 商品标题制作技巧 4. 爆款标题优化策略 5. 日常销售款标题优化策略 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 标题中的关键词有哪些分类？ 如何从自己挖掘到的关键词词库中提取关键词？ 标题与产品的相关性主要体现在哪些方面？ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师提问的方式引导学生学习标题制作与优化单元内容。 2. 通过小组讨论进行使学生思维更加发散，组内学生取长补短。 3. 小组分享，相互学习，开拓思维。

	<p>6. 新品/滞销品标题优化策略</p> <p>7. 网页标题认知</p> <p>8. 网页标题优化</p> <p>9. 网页标题的书写误区</p>	<p>标题优化的技巧有哪些?</p> <p>2. 请学生回答问题。</p> <p>3. 教师根据学生的回答,进行归纳总结,引出要进行的实训任务。</p> <p>学生:</p> <p>1. 学生 4 人 1 组,就教师提出的问题进行讨论。</p> <p>2. 各小组派代表上台分享。</p> <p>3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足,并及时完善。</p>	
	<p>实训步骤:</p> <p>第一步:将“宝贝标题优化”中的商品标题按汉语语义及搜索习惯进行关键词拆分;</p> <p>第二步:把拆分后的关键词进行排名查询,并排除排名低的关键词;</p> <p>第三步:从商品信息中选择合适关键词添加到标题中,组合成新标题;</p> <p>第四步:将新标题按</p>	<p>教师:</p> <p>1. 示范操作</p> <p>教师随机抽取标题制作与优化中的一个子任务进行示范操作。</p> <p>2. 多媒体资料展示</p> <p>通过多媒体展示技术,将与标题制作与优化相关的知识同步展示再给学生,让学生不仅知其然,还可以知其所以然。</p> <p>3. 细微操作,关注学生</p> <p>教师可以根据学生的实际反应情况,针对部分的难点进行反复细致的讲解和操作。让学生</p>	<p>1. 通过演示教学,学生可以快速掌握标题制作与优化的实操技巧。</p> <p>2. 通过自主练习,可让学生查缺补漏,发现自己在实操中存在的问题。</p> <p>3. 通过闭卷考核,可以对学生近段时间的学习成果进行检测,有利于教师进行下一步教学。</p>

	<p>汉语语义及搜索习惯进行关键词拆分；</p> <p>第五步：把拆分后的关键词进行排名查询，并排除排名低的关键词；</p> <p>第六步：从商品信息中选择合适关键词添加到标题中，组合成新标题；</p> <p>第七步：重复步骤四、五、六，直到新标题中的每个关键词的排名都合适；</p> <p>第八步：把新标题的每个词去“数据分析”的“关键词分析”进行覆盖率查询，将覆盖率低或者无覆盖的关键词删除；</p> <p>第九步：将最终确定的标题保存，并结束任务。</p>	<p>的学习过程更加轻松。</p> <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师演示进行实训内容的学习。 2. 根据教师演示进行自主练习。 3. 根据练习情况进行闭卷考核。 	
<p>单元五： 详情页优化（3课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品属性优化策略 2. 商品属性优化误区 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师为学生讲解商品属性的优化技巧、策略以及商品属性优化的误区。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师讲解课程部分内容，打开学生的学习思路。 2. 采用随机抽查的方

	<ul style="list-style-type: none"> 3. 商品卖点提炼 4. 文本内容优化技巧 5. 文本格式优化技巧 6. 文本图片优化技巧 7. 商品视频的优势 8. 视频内容优化技巧 9. 视频互动优化技巧 10. 详情页描述优化 11. 网站内部链接优化 12. 网页外部链接优化 	<p>2. 教师引导学生根据已讲解部分的思路，自主学习详情页优化其它部分的内容。</p> <p>3. 随机让学生就自主学习的内容以“讲师”身份进行讲解演示，并进行点评，以及引导学生互评。</p> <p>学生：</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 认真学习教师讲解的内容，并就该部分内容进行思考和总结思路。 2. 结合自己总结的思路，进行详情页优化其他部分内容的学习。 3. 根据自己的学习情况，以“讲师”的身份进行讲解演示。 4. 认真倾听教师和同学点评，或其他同学的讲解进行点评，并进行查缺补漏。 	<p>式，给学生压力，让每个学生都能认真学习。</p> <p>3. 采用“学生讲师”的形式学习，能加深学生对课程内容的理解。</p> <p>4. 教师点评和学生互评就利于学生查缺补漏。</p>
课后作业	<p>对于关键词挖掘与分析和标题制作与优化两个单元软件实操部分的操作步骤、要点及技巧进行总结，以文本加截图或者文本加视频的形式完成。</p>		
评价方式	<ul style="list-style-type: none"> 1. 课堂的自评、互评、师生点评。 2. 实训任务的完成情况。 3. 课后作业。 		

模块三 SEM 推广

培训时长	30 课时	培训方式	讲授和实训
概述	<p>本模块分为四个单元：SEM 推广概述、SEM 推广策略制定、SEM 推广账户搭建、SEM 推广账户优化。该模块是以 SEM 推广的强化、补充、拓展为目标，学生通过学习该模块，能根据项目背景制定合理科学的搜索推广策略，能够在符合平台规定的情况下完成搜索推广账户搭建，能根据营销目标，完成推广计划与推广组的优化，关键词选词与出价优化、推广创意与人群定向的优化。</p>		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够掌握常见的搜索广告系统 2. 能够掌握搜索广告的账户结构与商品形态 3. 能够学会 SEM 推广的投放原理与扣费机制 4. 能根据任务背景，拆解任务目标，选择合适的推广计划类型，完成推广资金分配，并制定合理的推广计划出价策略，推广地域、日期策略，并在实训软件上完成 SEM 推广账户搭建 5. 能根据平台反馈数据，优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、地域策略、日期策略等 6. 能根据平台反馈数据，调整优化关键词的选词与出价、匹配类型 7. 能根据平台提示，优化推广创意和定向人群，提高广告点击率和转化率。 <p>（二）过程与方法</p> <p>通过教师讲授的理论知识，加深对 SEM 推广的认识，通过实训软件中的 SEM 推广任务的练习，学生提出与任务相关的问题，并分析问题，最终解决问题，在理实一体的学习过程中，逐步强化自己的 SEM 推广能力。</p> <p>（三）情感态度与价值观</p> <p>通过本模块学习，提高学生对 SEM 推广的认知，提高学生 SEM 推广的兴趣</p>		

	和能力。在探索解决现实问题的过程中，体会策略、技巧和数据的重要性，发展学生的应用意识，体验成功的乐趣。		
教学重、难点	<p>(一) 教学重点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SEM 推广时间与地域定向技巧 2. SEM 推广关键词的选择和出价技巧 3. SEM 推广创意制作技巧 <p>(二) 教学难点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 关键词扣费的计算 2. 推广计划与推广组策略的制定 3. 关键词策略的制定 4. 创意策略的制定 5. 人群定向策略的制定 6. 时间地域策略的制定 		
教学准备	<p>教师准备：多媒体课件</p> <p>学生准备：培训教材、笔记本、笔</p>		
教 学 过 程 设 计			
教学环节	教学内容	师生活动	设计意图
情境导入	天琥教育被誉为互联网视觉教育先驱。创办于 2002 年，专注互联网设计教育 19 年，在全国拥有 50 余家校区的连锁培训机	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师提出任务/问题：天琥教育如何利用 SEM 推广以争取到更多的客户资源？ 2. 引导学生通过搜集资料，了解天琥教育在网店推广中是怎么 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过“天琥教育”案例引导学生进入本模块的学习，明确学习情境和目标。 2. 根据案例提问，让学生自主查找答案，不仅

	<p>构。运营推广中，天琥教育选择了兴趣定向投放，期望可以最大限度展现，把信息送到每个有可能有这方面需求的消费者。天琥教育推广账户设定了兴趣词，前十名分别是“文化娱乐”、“软件应用”、“资讯”、“游戏”、“教育培训”、“汽车”、“个护美容”、“旅游出行”、“餐饮美食”、“生活服务”、“医疗健康”。其中前三名，“文化娱乐”、“软件应用”、“资讯”，展现量分别是 2886914 次、665012 次、467489 次。天琥教育搭建了一个“CPC+兴趣定向”投放计划，实现快速曝光，留电量和 CTR 都提高了，一天内可达到 300+留电，获客成本降低至 40 元，并最终转化为线下签单。</p>	<p>做的，并让学生进行发言。</p> <p>3. 总结学生的想法，引出本模块要学习的四个单元的内容。</p> <p>学生：</p> <p>学生通过搜索及浏览相关平台内容，思考教师提出的问题，并尝试进行回答。</p>	<p>能够引起学生的兴趣，还能调动学生的学习积极性，提高学习效率。</p>
--	--	---	---------------------------------------

	<p>在教育培训行业不断发展的大环境下,天琥如何利用 SEM 推广以争取到更多的客户资源?</p>		
<p>单元一: SEM 推广概述 (3 课时)</p>	<p>相关知识:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 关键词搜索广告商品形态 2. 常见关键词搜索广告系统 3. SEM 账户结构 4. 广告检索 5. 广告排序 6. 关键词扣费 7. SEM 扣费机制的探索 8. SEM 对 SEO 的影响 	<p>教师:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师为学生讲解 SEM 推广概述相关知识。 2. 教师根据讲解的内容,出相关测试题,尤其是计算部分。 3. 对学生进行闭卷测试,检查学生学习成果。 <p>学生:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 认真聆听教师的讲解,实时记录重点知识点。 2. 结合教师讲解进行自学,加深对知识点的理解。 3. 进行闭卷测评,完成考核。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. SEM 推广概述单元主要是理论知识,所以采用“教学考”相结合的方法进行教学,既进行了过程学习,又加强了结果考核。 2. 本单元计算部分为学习难点,以理论题进行考核,可以加强学生记忆。
<p>单元二: SEM 推广策略制定 (4 课时)</p>	<p>相关知识:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SEM 推广分析 2. 推广计划与推广组策略制定 3. 关键词策略制定 4. 创意策略制定 	<p>教师:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题: 为什么要先进行策略制定? 策略制定要考虑哪些因素? 策略制定的误区有哪些? 策略制定为什么要以数据分析 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师提问的方式引导学生学习 SEM 推广策略制定单元内容,因为该单元更加适合“方向引导+发散思维”的教学方式,能有效开阔学生的思路,激发其灵感。

	<p>5. 人群定向策略制定</p> <p>6. 地域时段策略制定</p> <p>7. 场景营销策略制定</p> <p>8. 站外 KOL 推广策略制定</p> <p>9. 短视频推广策略制定</p>	<p>为依据？</p> <p>2. 请学生回答问题，并进行总结。</p> <p>学生：</p> <p>1. 学生 4 人 1 组，就教师提出的问题 进行“头脑风暴”，并进行组内汇总。</p> <p>2. 各小组派代表上台分享。</p> <p>3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足，并及时完善。</p>	<p>2. 通过小组讨论进行使 学生思维更加发散，组内学生取长补短。</p> <p>3. 小组分享，相互学习，开拓思维。</p>
<p>单元三：</p> <p>SEM 推广</p> <p>账户搭建</p> <p>(12 课时)</p>	<p>相关知识：</p> <p>1. SEM 账户搭建流程</p> <p>2. 搭建推广计划</p> <p>3. 搭建推广组</p> <p>4. 设置推广地域</p> <p>5. 设定推广时间</p> <p>6. 设置推广预算</p> <p>7. 关键词添加</p> <p>8. 关键词匹配方式设置</p> <p>9. 关键词出价</p> <p>10. 创意编辑</p> <p>11. 人群分类与定向</p>	<p>教师：</p> <p>1. 提出问题：</p> <p>SEM 推广账户的搭建主要分为那几部分？</p> <p>SEM 推广计划与推广组搭建的要点有哪些？</p> <p>关键词添加及出价时，有哪些注意事项？</p> <p>如何进行创意编辑与人群溢价设置？</p> <p>2. 请学生回答问题。</p> <p>3. 教师根据学生的回答，进行归纳总结，引出要进行的实训任务。</p> <p>学生：</p>	<p>1. 通过教师提问的方式引导学生学习 SEM 推广账户搭建单元内容，使学生掌握 SEM 推广账户搭建的相关理论知识，为下面的软件实操练习奠定基础。</p> <p>2. 通过小组讨论进行使 学生思维更加发散，组内学生取长补短，有利于学生在实训时进行“多方法”练习，已检验学生们的想法。</p> <p>3. 小组分享，相互学习，相互促进。</p>

	<p>12. 根据人群设定人群溢价</p>	<p>1. 学生 4 人 1 组，就教师提出的问题进行讨论。</p> <p>2. 各小组派代表上台分享。</p> <p>3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足，并及时完善。</p>	
	<p>实训步骤：</p> <p>子任务一、时间地域定向</p> <p>第一步：分析“数据分析”中的“点击率转化率指数”；</p> <p>第二步：选择优质时间段进行推广时间投放设置；</p> <p>第三步：选择优质地区进行推广地域投放设置。</p> <p>子任务二、关键词添加</p> <p>第一步：根据“数据分析”中的“商品信息”，从左侧的关键词列表中搜索相关关键词；</p> <p>第二步：选择符合要</p>	<p>教师：</p> <p>1. 示范操作</p> <p>教师对 SEM 推广账户搭建部分四个子任务进行示范操作。</p> <p>2. 多媒体资料展示</p> <p>通过多媒体展示技术，将与 SEM 推广账户搭建相关的知识同步展示再给学生，让学生不仅知其然，还可以知其所以然。</p> <p>3. 细微操作，关注学生</p> <p>教师可以根据学生的实际反应情况，针对部分的难点进行反复细致的讲解和操作。让学生的学习过程更加轻松。</p> <p>学生：</p> <p>4. 通过教师演示进行实训内容的学习。</p> <p>5. 根据教师演示进行自主练习。</p>	<p>1. 通过演示教学，学生可以快速掌握 SEM 推广账户搭建的实操技巧。</p> <p>2. 通过自主练习，可让学生查缺补漏，发现自己在实操中存在的问题。</p> <p>3. 通过闭卷考核，可以对学生近段时间的学习成果进行检测，有利于教师进行下一步教学。</p>

	<p>求的相关关键词；</p> <p>第三步：检查所选关键词，确认无误并提交。</p> <p>子任务三、创意编辑与优化</p> <p>第一步：根据“数据分析”中的“商品信息”及推广关键词进行创意标题编写；</p> <p>第二步：将不符合要求的创意关键词进行删除、替换；</p> <p>第三步：将符合任务要求的创意标题进行提交。</p> <p>子任务四：人群溢价</p> <p>第一步：根据“数据分析”中的“商品信息”，选择合适的人群；</p> <p>第二步：根据任务要求，设置合适的溢价。</p>	<p>6. 根据练习情况进行闭卷考核。</p>	
<p>单元四： SEM 推广 账户优化</p>	<p>相关知识：</p> <p>1. 账户分析的维度</p>	<p>教师：</p> <p>1. 提出问题：</p>	<p>1. 通过教师提问的方式引导学生学习 SEM 推广账户优化单元内</p>

<p>(11 课时)</p>	<p>2. 账户分析的指标</p> <p>3. 账户分析方法</p> <p>4. 数据获取</p> <p>5. 数据处理</p> <p>6. 数据处理</p> <p>7. SEM 推广计划与推广组优化</p> <p>8. SEM 推广关键词优化</p> <p>9. SEM 推广创意优化</p> <p>10. SEM 人群溢价优化</p>	<p>SEM 推广账户的优化主要分为那几部分?</p> <p>如何进行 SEM 推广账户分析?</p> <p>SEM 推广计划与推广组的要点有哪些?</p> <p>SEM 推广关键词优化的要点有哪些?</p> <p>SEM 推广创意优化的要点有哪些?</p> <p>SEM 人群溢价优化的要点有哪些?</p> <p>在进行 SEM 推广账户优化时, 有哪些注意事项?</p> <p>2. 请学生回答问题。</p> <p>3. 教师根据学生的回答, 进行归纳总结, 引出要进行的实训任务。</p> <p>学生:</p> <p>1. 学生 4 人 1 组, 就教师提出的问题进行讨论。</p> <p>2. 各小组派代表上台分享。</p> <p>3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足, 并及时完善。</p>	<p>容。</p> <p>2. 通过学生思考和小组讨论的方式总结 SEM 推广账户优化的要点与注意事项, 能够加深学生印象, 且有利于降低学生在软件实操训练时的出错率。</p> <p>3. 小组分享, 相互学习, 开拓思维。</p>
	<p>实训步骤:</p>	<p>教师:</p>	<p>1. 通过演示教学, 学生可以快速掌握 SEM 推</p>

	<p>第一步：搭建推广计划；</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “新建推广计划”，并设置“推广计划名称”和“推广计划类型”。 2. 为推广计划设置“限额”。 3. 根据“数据分析”中的“时间流量解析”和“地域流量解析”，为推广计划设置“投放时间”和“投放地域”。 <p>第二步：搭建推广单元；</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 新建推广单元。 2. 选择推广宝贝。 3. 设置推广创意。 <p>第三步：关键词设置；</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 添加关键词，并设置“匹配方式”和“关键词出价”。 2. 根据添加后的关键词的排名和质量分，对关键词进行删除和 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 示范操作 教师随机抽取直通车推广中的一个子任务进行示范操作。 2. 多媒体资料展示 通过多媒体展示技术，将与SEM推广账户优化相关的知识同步展示再给学生，让学生不仅知其然，还可以知其所以然。 3. 细微操作，关注学生 教师可以根据学生的实际反应情况，针对部分的难点进行反复细致的讲解和操作。让学生的学习过程更加轻松。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师演示进行实训内容的学习。 2. 根据教师演示进行自主练习。 3. 根据练习情况进行闭卷考核。 	<p>广账户优化的实操技巧。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 通过自主练习，可让学生查缺补漏，发现自己在实操中存在的问题。 3. 通过闭卷考核，可以对学生近段时间的学习成果进行检测，有利于教师进行下一步教学。
--	--	---	--

	<p>替换操作。</p> <p>3. 根据排名对部分关键词的价格进微调。</p> <p>第四步：创意编辑及优化：</p> <p>1. 根据商品信息及优化后的关键词进行创意编辑。</p> <p>2. 根据关键词质量分进行创意优化。</p> <p>第五步：人群溢价：</p> <p>1. 选择合适的人群</p> <p>2. 设置合适的溢价比例。</p> <p>第六步：点击“结束任务”查看结果；</p>		
<p>课后作业</p>	<p>对于 SEM 推广账户搭建和 SEM 推广账户优化两个单元软件实操部分的操作步骤、要点及技巧进行总结，以文本加截图或者文本加视频的形式完成。</p>		
<p>评价方式</p>	<p>1. 课堂的自评、互评、师生点评。</p> <p>2. 实训任务的完成情况。</p> <p>3. 课后作业。</p>		

模块四 信息流推广

培训时长	28 课时	培训方式	讲授和实训
概述	<p>本模块分为四个单元：信息流推广概述、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化。该模块是以信息流推广的强化、补充、拓展为目标，学生通过信息流推广这一模块，能根据项目背景，制定合理科学的信息流推广策略，能够在符合平台规定的情况下，完成信息流推广账户的搭建，能根据营销目标，完成信息流推广计划与推广组的优化，受众定向优化、创意与落地页的优化。</p>		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none">1. 能够掌握信息流广告的特点与推广账户结构2. 能够掌握信息流广告竞价机制3. 能够根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略4. 能够制定相应的推广计划策略、推广组策略5. 能够制定相应的推广创意和落地页策略6. 能够熟练、准确地完成信息流推广账户的搭建7. 能根据平台反馈数据，优化受众定向方式、广告预算、出价策略等，提高广告推广效果8. 能根据受众定向报表，优化受众人群，提高受众精准度9. 能根据平台提示，优化推广创意，提高创意点击率、转化率 <p>（二）过程与方法</p> <p>通过教师讲授的理论知识，加深对信息流推广的认识，通过实训软件中的信息流推广任务的练习，学生提出与任务相关的问题，并分析问题，最终解决问题，在理实一体的学习过程中，逐步强化自己的信息流推广能力。</p>		

	<p>(三) 情感态度与价值观</p> <p>通过本模块学习，提高学生对信息流推广的认知，提高学生信息流推广的兴趣和能力。在探索解决现实问题的过程中，体会策略、技巧和数据的重要性，发展学生的应用意识，体验成功的乐趣。</p>		
教学重、难点	<p>(一) 教学重点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 信息流推广时间地域定向技巧 2. 信息流推广人群定向技巧 3. 信息流推广资源位选择与出价 <p>(二) 教学难点</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 信息流推广计费机制 2. 如何进行信息流推广时间地域定向 3. 如何进行信息流推广人群定向 4. 如何进行信息流推广资源位选择与出价 		
教学准备	<p>教师准备：多媒体课件</p> <p>学生准备：培训教材、笔记本、笔</p>		
教 学 过 程 设 计			
教学环节	教学内容	师生活动	设计意图
情境导入	俄罗斯世界杯期间，肯德基利用腾讯新闻、腾讯视频、天天快报腾讯系三大主流移动流量平台，联动投放广告，推广肯德基宅急送 App，拉	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师提出任务/问题：肯德基如何利用信息流推广以实现营销目标？ 2. 引导学生通过搜集资料，了解肯德基在信息流推广中是怎么 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过“肯德基”案例引导学生进入本模块的学习，明确学习情境和目标。 2. 根据案例提问，让学生自主查找答案，激发

	<p>动用户关注和下载量。</p> <p>推广期间，广告点击率是同行业的 2 倍，同类广告的 3 倍，高出预期转化率 3 倍。移动互联网时代下，信息流成为用户获取信息的主阵地，BAT 集团、今日头条为代表的新兴应用平台、新浪网易等传统门户、垂直类平台如短视频应用均在积极布局信息流广告市场。</p> <p>信息流广告正在成为移动互联网时代的主流营销方式。2018 年世界杯肯德基正是利用信息流广告出色的点击率与转化效果实现了营销目标。</p> <p>那么到底什么是信息流推广？信息流广告为什么会有这么大的市场？信息流广告背后的逻辑是什么？怎样才能做好</p>	<p>做的，并让学生进行发言。</p> <p>3. 总结学生的想法，引出本模块要学习的四个单元的内容。</p> <p>学生：</p> <p>学生通过搜索及浏览相关平台内容，思考教师提出的问题，并尝试进行回答。</p>	<p>学生的学习主动性，提高学习效率，并且能够加深学生对信息流推广的认知。</p>
--	---	---	---

	信息流推广呢?		
单元一： 信息流推广概述 (3课时)	相关知识： 1. 信息流推广概念 2. 信息流推广账户结构 3. 信息流推广人群定向 4. 信息流推广竞价机制 5. 信息流推广与 SEM 推广区别 6. 信息流底层构架与逻辑	教师： 1. 教师为学生讲解信息流推广概述相关知识。 2. 教师根据讲解的内容，出相关测试题，尤其是计算部分。 3. 对学生进行闭卷测试，检查学生学习成果。 学生： 1. 认真聆听教师的讲解，实时记录重点知识点。 2. 结合教师讲解进行自学，加深对知识点的理解。 3. 进行闭卷测评，完成考核。	1. 信息流推广概述单元主要是理论知识，所以采用“教学考”相结合的方法进行教学，既进行了过程学习，又加强了结果考核。 2. 本单元与 SEM 推广概述单元相同，计算部分为学习难点，所以用理论题进行考核，可以加强学生记忆。
单元二： 信息流推广策略制定(4课时)	相关知识： 1. 渠道分析 2. 产品分析 3. 人群分析 4. 3C 理论 5. 信息流推广人群定向策略 6. 交互样式 7. 组合溢价	教师： 1. 提出问题： 信息流推广策略制定分为哪几部分？ 信息流推广策略制定要考虑哪些因素？ 信息流推广策略制定的误区有哪些？ 2. 请学生回答问题，并进行总结。 学生：	1. 通过教师提问的方式引导学生学习信息流推广策略制定单元内容，因为该单元更加适合“方向引导+发散思维”的教学方式，能有效开阔学生的思路，激发其灵感。 2. 策略类、方法类知识和问题更加适合“头脑风暴”。

	8. 信息流推广创意策略 9. 因素分析法 10. 盲选法 11. A/B/N 测试法	1. 学生 4 人 1 组，就教师提出的问题进行“头脑风暴”，并进行组内汇总。 2. 各小组派代表上台分享。 3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足，并及时完善。	3. 通过小组讨论进行使学生思维更加发散，组内学生取长补短。 4. 小组分享，相互学习，开拓思维。
单元三： 信息流推广账户搭建（12 课时）	相关知识： 1. 信息流推广账户的基础结构 2. 推广计划搭建思路 3. 推广组搭建思路 4. 地理位置定向设置 5. 人口属性定向设置 6. 兴趣定向设置 7. 兴趣定向设置 8. 信息流广告的基本结构 9. 素材使用方法 10. 创意生产法 11. 信息流落地页的页面布局与配色 12. 信息流落地页的页面逻辑策划	教师： 1. 提出问题： 信息流推广账户的搭建主要分为那几部分？ 信息流推广计划与推广组搭建的要点有哪些？ 人群定向时，有哪些注意事项？ 如何进行资源位选择与出价设置？ 2. 请学生回答问题。 3. 教师根据学生的回答，进行归纳总结，引出要进行的实训任务。 学生： 1. 学生 4 人 1 组，就教师提出的问题进行讨论。 2. 各小组派代表上台分享。 3. 根据教师的总结及各小组的	1. 通过教师提问的方式引导学生学习信息流推广账户搭建单元内容，使学生掌握信息流推广账户搭建的相关理论知识，为下面的软件实操练习奠定基础。 2. 学生的在自主学习过程中，目标性强。逐步由“要我学”转变为“我要学”的形式。逐渐培养学生的自主学习自觉性。 3. 小组分享，相互学习，相互促进。

	13. 信息流落地页设计	回答发现自己的不足，并及时完善。	
	<p>实训步骤：</p> <p>子任务一、时间地域定向</p> <p>第一步：分析“数据分析”中的“展现指数”；</p> <p>第二步：根据不同时间段进行推广时间投放设置；</p> <p>第三步：根据不同地区进行推广地域投放设置。</p> <p>子任务二、人群定向</p> <p>第一步：根据“数据分析”中的“商品信息”，对下列标签进行分析；</p> <p>第二步：选择符合要求的标签人群；</p> <p>第三步：检查所选标签人群，确认无误并提交。</p> <p>子任务三、资源位选</p>	<p>教师：</p> <p>1. 示范操作</p> <p>教师对信息流推广账户搭建部分四个子任务进行示范操作。</p> <p>2. 多媒体资料展示</p> <p>通过多媒体展示技术，将与信息流推广账户搭建相关的知识同步展示再给学生，让学生不仅知其然，还可以知其所以然。</p> <p>3. 细微操作，关注学生</p> <p>教师可以根据学生的实际反应情况，针对部分的难点进行反复细致的讲解和操作。让学生的学习过程更加轻松。</p> <p>学生：</p> <p>7. 通过教师演示进行实训内容的学习。</p> <p>8. 根据教师演示进行自主练习。</p> <p>9. 根据练习情况进行闭卷考核。</p>	<p>1. 通过演示教学，学生可以快速掌握信息流推广账户搭建的实操技巧。</p> <p>2. 通过自主练习，可让学生查缺补漏，发现自己在实操中存在的问题。</p> <p>3. 通过闭卷考核，可以对学生近段时间的学习成果进行检测，有利于教师进行下一步教学。</p>

	<p>择与出价</p> <p>第一步：根据要求，计算出满足推广目标的出价；</p> <p>第二步：根据要求与“第一步”中计算出的出价，选择适合的资源位；</p> <p>第三步：根据“数据分析”中的建议出价与“第一步”中计算出的出价，对“第二步”中选择的资源位进行出价。</p>		
<p>单元四： 信息流推广账户优化(9课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 账户优化评价指标 2. 账户数据分析 3. 定向方式优化 4. 账户转化的方式优化 5. 人群定向优化 6. 出价优化 7. 推广预算优化 8. 推广时间段优化 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 信息流推广账户的优化主要分为那几部分？ 如何进行信息流推广账户优化？ 信息流推广计划与推广组的要点有哪些？ 信息流推广人群定向的要点有哪些？ 信息流推广资源位选择与出价的要点有哪些？ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师提问的方式引导学生学习信息流推广账户优化单元内容。 2. 通过学生思考和小组讨论的方式总结信息流推广账户优化的要点与注意事项，能够加深学生印象，且有利于降低学生在软件实操训练时的出错率。 3. 小组分享，相互学习，开拓思维。

	<p>9. 创意切入点优化</p> <p>10. 创意文案优化</p> <p>11. 创意素材优化</p> <p>12. 创意视觉优化</p> <p>13. 广告尺寸优化</p> <p>14. 内容设计优化</p> <p>15. 页面体验优化</p> <p>16. 数据追踪优化</p>	<p>在进行信息流账户优化时，有哪些注意事项？</p> <p>2. 请学生回答问题。</p> <p>3. 教师根据学生的回答，进行归纳总结，引出要进行的实训任务。</p> <p>学生：</p> <p>1. 学生 4 人 1 组，就教师提出的问题进行讨论。</p> <p>2. 各小组派代表上台分享。</p> <p>3. 根据教师的总结及各小组的回答发现自己的不足，并及时完善。</p>	
	<p>实训步骤：</p> <p>第一步：搭建推广计划；</p> <p>1. “新建推广计划”，并设置“推广计划名称”、“钻展计划类型”和“付费方式”。</p> <p>2. 为推广计划设置“限额”。</p> <p>3. 为推广计划设置“营销场景”。</p> <p>4. 根据“数据分析”中的“时间流量解析”</p>	<p>教师：</p> <p>1. 示范操作</p> <p>教师随机抽取钻石展位营销中的一个子任务进行示范操作。</p> <p>2. 多媒体资料展示</p> <p>通过多媒体展示技术，将与信息流推广账户优化相关的知识同步展示再给学生，让学生不仅知其然，还可以知其所以然。</p> <p>3. 细微操作，关注学生</p> <p>教师可以根据学生的实际反应情况，针对部分的难点进行反</p>	<p>1. 通过演示教学，学生可以快速掌握信息流推广账户优化的实操技巧。</p> <p>2. 通过自主练习，可让学生查缺补漏，发现自己在实操中存在的问题。</p> <p>3. 通过闭卷考核，可以对学生近段时间的学习成果进行检测，有利于教师进行下一步教学。</p>

	<p>和“地域流量解析”，为推广计划设置“投放时间”和“投放地域”。</p> <p>第二步：搭建推广单元，并为推广单元设置名称；</p> <p>第三步：人群定向设置；</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 访客定向设置。 2. 营销场景定向设置。 3. 相似宝贝定向设置。 4. 类目型定向-高级兴趣点设置。 5. 店铺型定向设置。 6. 行业店铺定向设置。 <p>第四步：资源位设置；</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 选择合适的资源进行添加操作。 2. 根据“数据分析”中的“钻展出家分析”给已选定的资源位进 	<p>复细致的讲解和操作。让学生的学习过程更加轻松。</p> <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师演示进行实训内容的学习。 2. 根据教师演示进行自主练习。 3. 根据练习情况进行闭卷考核。 	
--	--	--	--

	行出价。 第五步：点击“结束任务”查看结果；		
课后作业	对于信息流推广账户搭建和信息流推广账户优化两个单元软件实操部分的操作步骤、要点及技巧进行总结，以文本加截图或者文本加视频的形式完成。		
评价方式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课堂的自评、互评、师生点评。 2. 实训任务的完成情况。 3. 课后作业。 		