

网店运营推广（初级）

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.....	4
模块一 网店开设.....	4
模块二 网店装修.....	9
模块三 网店基础操作.....	28
模块四 网店客户服务.....	45
模块五 运营数据分析.....	63

第一部分 培训指导大纲

《网店运营推广（初级）培训指导方案》是根据《网店运营推广职业技能等级标准》（初级）部分内容制定。定位于网店运营助理岗位，主要面向网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群，完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务，具备开好店的能力。

网运营推广（初级）培训内容包括网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据分析 5 个理论模块，9 个单元及配套等多个实训任务。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 课时（理论 48 课时、实训 48 课时）

培训环境和设备：安装了网店运营推广职业技能（初级）所需软件并能支持其运行，且配有多媒体的计算机机房或实训室。

模块	单元	培训方式	参考课时	
			理论	实训
模块一 网店开设	单元一 网店开设准备	讲授	1	0
	单元二 网店申请与开通	讲授和实训	2	4

	单元三 电子商务法律法规	讲授	1	0
模块二 网店装修	单元一 首页设计与制作	讲授和实训	4	6
	单元二 详情页设计与制作	讲授和实训	6	8
	单元三 自定义页设计与制作	讲授和实训	3	4
模块三 网店基础操作	单元一 商品上传与维护	讲授和实训	6	6
	单元二 营销活动设置	讲授和实训	4	4
	单元三 日常订单管理	讲授和实训	4	4
模块四 网店客户服务	单元一 客服岗前准备	讲授	1	0
	单元二 客户交易促成	讲授和实训	3	6
	单元三 客户问题处理	讲授和实训	3	6
	单元四 客户关系维护	讲授	2	0
	单元五 客服岗位进阶	讲授	2	0
模块五 运营数据分析	单元一 常用的数据分析工具	讲授	2	0
	单元二 客户评价分析	讲授	2	0
	单元三 网店运营状况分析	讲授	2	0
合计			48	48

第二部分 培训教案设计

模块一 网店开设

培训时长	8 课时	培训方式	讲授和实训
概述	本模块分为三个单元：网店开设准备、网店申请与开通、电子商务法律法规。让学生从整体上了解网店开设的条件、主流的电商与跨境电商平台，不同平台申请的门槛以及与网店运营相关的法律法规，对网店运营的环境和载体有所了解，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. 了解电子商务的法律规范2. 熟悉主流电商平台的优势及特点3. 熟悉网店选品主要货源渠道4. 掌握网店选款的方法5. 掌握网店商品定价的原则6. 掌握主流平台网店申请与开通的方法7. 能完成店铺的注册及认证8. 能对店铺的基本信息进行合理的设置 <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>通过理实结合的学习过程，培养学生的法律意识，提高学生网店运营的兴趣和实操能力。</p>		
教学重、难点	<p>（一）教学重点</p> <p>作为网店运营人员应该了解每个平台的特点和优势，结合实际情况选择合适的入驻平台。除此之外业内素有“七分选品，三分运营”之说，所以选品对网店运营特别重要。因此，确定本模块的教学重点是：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 网店平台选择		

	<p>2. 网店选品分析</p> <p>(二) 教学难点</p> <p>2019年1月1日《电子商务法》正式颁布执行，如何合法合理的进行网店的运营，是每个网店从业者需要进行必修课。而对法律条款进行正确解读并运用到具体的运营业务中，是一个难点。因此，确定本模块的教学难点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 《电子商务法》对电商行业的影响 2. 《电子商务法》对电商经营者的影响 		
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>随着互联网的发展，电商的发展越来越成熟，各种类型的电商平台不断的崛起。实体开店需要考虑位置、经营的商品等问题，那么同样随着《电子商务法》的正式执行，要想在网上顺利开通店铺，也需要提前做好准备工作。</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 选择一个熟悉的国内电商平台和一个跨境电商平台，分析下这两个平台的主要优势和目标受众、热销类目以及申请开通的条件。 2. 引导学生通过搜集资料了解不同平台的不同特点以及网店选品相关问题。 3. 总结学生的想法，引出本模块要学习的三个单元的内容。 <p>学生：</p> <p>学生通过搜索及浏览相关平台内容，思考老师提出的问题，并尝试进行回答。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。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，加深对内容的认识。

<p>单元一： 网店开设准备（1课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 网店平台选择 2. 货源渠道 3. 商品选款 4. 商品定价 	<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，了解常见的电商平台、货源渠道以及商品选款和定价等内容，并完成教学任务。 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。注意，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，线下完成资料的收集。 2. 学生分组上台讲解自己的设计理念及。 3. 聆听老师对于相关知识的巩固讲解。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小组讨论主要是要求学生集思广益，通过团队协作完成学习内容。 2. 通过自主搜集资料，感受想象和实际的区别，并进行修正。在自主学习的过程中总结问题，然后进行有针对性的讨论。
<p>单元二： 网店申请与开通（6课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝、天猫、京东网店申请与开通 2. 速卖通、亚马逊平台网店申请与开通 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 国内及跨境电商平台对比分析。 2. 针对预习内容组织学生进行讨论发言。 3. 根据学生发言内容，进行归纳总结，引出本单元的内容，并讲解相关知识点。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据老师提出的问题进行分析整理。 2. 通过老师的理论讲解，反思自己在自主学习过程中的表现。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 网店申请与开通这部分内容随着各平台政策的变化都会随时做出相应的调整，所以在讨论的过程中引导学生以发展的思维去对待这个问题。 2. 既要了解目前个平台的实际情况，又要清楚面对这样的问题如何进行变通。

	<p>实训内容:</p> <p>任务一、店铺注册及认证</p> <p>第一步: 注册资金账号</p> <p>第二步: 注册卖家账号并绑定资金账号</p> <p>第三步: 注册卖家账号并认证</p> <p>任务二、店铺基本信息设置</p> <p>第一步: 设置店铺基础信息</p> <p>第二步: 设置子账号</p>	<p>教师:</p> <p>1. 实训教材讲解</p> <p>利用实训教材讲解任务目标、分析任务背景、实训任务步骤。</p> <p>2. 实训软件操作。</p> <p>通过软件讲解操作的注意事项及操作流程。</p> <p>3. 对实训结果进行总结分析。</p> <p>学生:</p> <p>1. 根据老师讲解内容, 将实训教材中“任务实施”模块涉及的表单填写完成。</p> <p>2. 按照操作步骤, 完成网店注册和店铺基本信息设置两个实训任务。</p> <p>3. 阐述实训过程中碰到的问题及任务思考的内容。</p>	<p>理论所学为基础, 通过实训教材, 将任务分析的过程显性化, 然后通过实训软件这个载体将分析的结果呈现出来, 让学生清楚的了解如何学以致用, 增强学习的积极性。</p>
<p>单元三:</p> <p>电子商务法律法规</p> <p>(1 课时)</p>	<p>相关知识:</p> <p>1. 《电子商务法》对电商行业的影响</p> <p>2. 《电子商务法》对电子商务经营者的影响</p>	<p>教师:</p> <p>1. 案例导入: 《淘宝京东等 13 家电商平台被抽查, 4 家违反电 商法》, 通过案例, 启发学生对电 商法的思考。</p> <p>2. 讲解电 商法中的相关内容, 并针对关键条款, 以鲜活案例进行佐证。</p> <p>学生:</p> <p>1. 通过案例, 分析在此案例中, 看到的法律条款</p> <p>2. 自行搜集与电 商法相关的新</p>	<p>通过鲜活的身边案例, 加深学生对电 商法对电 商行业影响的感受, 培养学生的法律意识。通过学生自主搜集和课堂讲解, 拓展班级学生的知识面、强化《电 子商务法》对行业及经营者的影响触及面。</p>

		鲜案例，通过课堂进行讲解	
课后作业	如果你想注册一个店铺，你会选择在什么平台进行注册，会选择哪个类目，目标受众如何定位，选择什么样的款式，为什么？		
评价方式	1. 课堂的表现（20%） 2. 实训任务（50%） 3. 课后作业（30%）		

模块二 网店装修

培训时长	31 课时	培训方式	讲授和实训
概述	<p>本模块分为三个单元：首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作。网店首页设计是店铺的门面担当，是买家了解店铺风格的主要途径；商品详情页是整个店铺的亮点和聚焦点，对商品的转化起着重要作用；自定义就是卖家根据自己的需要专门设计的有针对性的页面。所以通过本实训项目的训练，能够对商品的首页、详情页以及自定义页进行布局设计、学会撰写销售文案增强吸引力、掌握商品主图、细节图及营销图的设计技巧，提高商品转化率。</p>		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none">1. 了解网店装修设计包含内容2. 了解网店装修设计包含内容3. 了解不同平台详情页构成4. 了解网店自定义页作用5. 熟悉网店首页框架布局6. 熟悉详情页文案设计7. 熟悉网店自定义页分类8. 掌握网店 Logo 和 Banner 设计方法9. 掌握详情页设计规范10. 掌握详情页视觉营销设计11. 能够根据详情页的设计要12. 能够根据品牌特性，完成自定义宣传页的制作13. 能根据商品特点，完成商品图片及详情描述的设计与制作14. 能根据不同的运营目的，完成店铺首页 Banner 的设计 <p>（二）过程与方法</p> <p>通过实训，引导学生从视觉营销的角度，完成首页 Banner、详情页以及自定义页的设计。</p> <p>（三）情感态度与价值观</p>		

	通过理实结合的学习过程，培养学生的美学素养，提高从用户思维和视觉营销的能力。		
教学重、难点	<p>（一）教学重点</p> <p>店铺首页是店铺的门面，影响消费者的感官。店铺首页装修的好坏将直接影响消费者的购物体验 and 转化率。店铺的详情页中，清晰的主图、有针对性的细节图及带有营销文案的营销图是吸引买家的重点。线上店铺经常通过自定义页来引流，好的自定义页对于转化有很好的促进作用。因此，确定本单元的教学重点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banner 设计与制作 2. 商品图片设计与制作 3. 商品自定义页设计与制作 <p>（二）教学难点</p> <p>商品的销售文案既考验你对商品的理解，也考验你的文字功底和营销思维，涉及的面较广，是综合素养的体验，店铺所有的图片几乎都离不开文案的设计，一段简洁明了的文案能够让买家快速抓住商品的卖点，也直接影响消费者的购物体验 and 转化率。因此，确定本模块的教学难点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banner 文案设计 2. 商品详情页文案设计及设计逻辑 3. 自定义页文案设计注意事项 		
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	李然在店铺中上新了一款当季新包之后，通过后台的数据分析显示，此款宝贝的浏览量和点击量都不错，	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 导致这种结果可能原因是什么？ 在购物时，你会关注店铺哪些内容？ 2. 总结学生的想法，得出店铺装 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点，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

	<p>就是没有成交，导致这种结果的可能原因是什么？</p> <p>要求学生根据情境描述，分析导致此种结果的原因。</p>	<p>修对转化的重要性。</p> <p>3. 展示事先找好的跟箱包相关的一个店铺，并制定一款箱包详情页，征询学生意见。</p> <p>学生：</p> <p>学生通过浏览真实的店铺及商品详情页首页，思考老师提出的问题，并尝试进行回答。</p>	<p>过自己探索，加深对内容的认识。</p>
<p>单元一：</p> <p>首页设计与制作</p> <p>（10课时）</p>	<p>相关知识：</p> <p>1. 首页框架布局</p> <p>2. 店招（Logo）设计</p> <p>3. Banner 设计</p>	<p>教师：</p> <p>1. 提出问题：</p> <p>首页框架布局有哪几部分？</p> <p>店招有什么意义？</p> <p>Banner 有什么作用，为什么在首页中占据这么大的面积？</p> <p>2. 请学生回答问题，并进行总结。</p> <p>学生：</p> <p>1. 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。注意，尽量让学生独立自主的完成学习任务。</p> <p>2. 实训完成后，老师结合操作过程中的问题进行总结和知识点讲解。</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</p>	<p>在制作首页之前先通过自主学习、课堂讨论，加深对首页设计的理解，避免偏离内容的天马行空的创意。</p> <p>通过课上的实训完成后，结合老师的讲解，有了更深的认识，然后课下通过小组的形式再做练习，培养学生的团队协作精神的同时，增强学生创作的兴趣，举一反三，强化对首页的制作技巧。</p>

		<p>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：按照实训要求设计图片；</p> <p>第二步：将设计好的页面上传平台；</p> <p>第三步：通过平台进行页面布局的设计。</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师引导学生通过小组讨论，借助网络教学平台等媒体资源。了解网店首页设计的技巧，并完成教学任务。 2. 讲解软件操作指引，说明注意事项。 3. 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。注意，尽量让学生独立自主的完成学习任务。 4. 实训完成后，老师结合操作过程中的问题进行总结和知识点讲解。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，线下完成店铺首页风格设计的方案，并制作相关图片。 2 根据任务指引通过虚拟仿真软件完成店铺首页的风格设计。 3. 学生分组上台讲解自己的设计理念。 4. 认真聆听老师对于相关知识的巩固讲解。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小组讨论主要是要求学生集思广益，通过团队协作完成店铺首页风格设计的方案。 2. 通过虚拟仿真实训软件将设计的作品在店铺中直观呈现出来，感受想象和实际的区别，并进行修正。 <p>做中学、学中做，在做的过程中总结问题，在学的过程中，指导学生去实践。</p>

<p>单元二： 详情页设计与制作 (14课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品图片设计形式 2. 详情页文案类型 3. 不同平台详情页布局 4. 商品详情页构成要素 5. 商品图片设计原则 6. 详情描述主要模块 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 不同类目商品详情页有什么区别？ 商品详情页包含哪几部分？ 商品图片设计原则有哪些？ 详情页文案设计要考虑哪些因素？ 2. 根据学生发言内容，进行归纳总结，引出本单元的内容，并讲解相关知识点。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据老师提出的问题进行分析整理。 2. 通过老师的理论讲解，反思自己在自主学习过程中的表现。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过教师提问的方式引导学生商品详情页设计单元内容，因为该单元更适合“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. 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>实训步骤：</p> <p>第一步：确定商品详情页的风格；</p> <p>第二步：进行商品上清液设计与布局；</p> <p>第三步：将设计好的详情页页面上传至系统。</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师引导学生通过小组讨论，借助网络教学平台等媒体资源。了解商品详情页布局设计的技巧，并完成教学任务。 2. 讲解软件操作指引，说明注意事项。 3. 实训前，老师先讲解在实训过程中需要的相关知识。 4. 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。注意，尽量让学生独立自主的完成学习任务。 	<p>理论所学为基础，通过实训教材，将任务分析的过程显性化，然后通过实训软件这个载体将分析的结果呈现出来，让学生清楚的了解如何学以致用，增强学习的积极性。</p>

		<p>学生:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，线下完成商品详情页布局设计方案，并制作相关图片。 2 根据任务指引通过虚拟仿真软件完成店商品详情页布局设计。 3. 学生分组上台讲解自己的设计理念。 4. 认真聆听老师对于相关知识的巩固讲解。 	
<p>单元三： 自定义页设计与制作 (7 课时)</p>	<p>相关知识:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 自定义页设计注意事项 2. 自定义活动页面布局 3. 自定义页面的类型 	<p>教师:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题: 回顾下自己的购物经历, 适逢节假日时候, 店铺页面会有哪些调整? 2. 这些页面对你购物会产生影响吗? <p>学生:</p> <p>学生思考老师提出的问题, 并尝试进行回答。</p>	<p>自定义就是卖家根据自己的需要专门设计的有针对性的页面。通过本实训项目的训练, 希望学生能够掌握品牌宣传页、促销活动页这两种最为常见的自定义页面的设计。通过实训任务, 加深学生对自定义页的理解。</p>
	<p>实训步骤:</p> <p>第一步: 优秀的品牌宣传页展示、讨论;</p> <p>第二步: 通过虚拟仿真实训软件完成企业品牌文化页、活动引流页以及售后服务页的设计。</p>	<p>教师:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教师以真实的优秀页面案例为引导, 激发学生的讨论 2. 通过讨论, 得出理论性的知识。 3. 根据学生的实训情况, 实时的点拨、引导启发学生去完成企业品牌宣传页、活动引流页以及售后服务页的设计。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小组讨论主要是要求学生集思广益, 通过团队协作完成自定义页的设计方案。 2. 通过虚拟仿真实训软件将设计的作品在店铺中直观呈现出来, 感受想象和实际的区

		<p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 4 人 1 组，线下完成企业品牌宣传页布局设计方案，并制作相关图片。 2 根据任务指引通过虚拟仿真软件完成自定义页的设计。 3. 学生分组上台讲解自己的设计理念。 4. 认真聆听老师对于相关知识的巩固讲解。 	<p>别，并进行修正。</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 做中学、学中做，在做的过程中总结问题，在学的过程中，指导学生去实践。
课后作业	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理论题 通过本项目 3 个任务的实训，谈谈对于店铺装修的感想，你觉得在转化方面，哪个要素起关键作用。 2. 实训题：通过淘宝网搜索一家经常光顾的网店从中选择一款自己喜欢的商品，然后根据店铺中该商品的相关信息，结合自己的理解，再设计一款商品详情页。 		
评价方式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课堂的表现（20%） 2. 实训任务（50%） 3. 课后作业（30%） 		

模块三 网店基础操作

培训时长	28 课时	培训方式	讲授和实训
概述	<p>本模块分为三个单元：商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理。商品是店铺的内容，是一切运营推广活动的载体，所以商品的上传与维护是网店运营推广工作中最基础的部分。在网店运营的过程中，不可避免的会参加这样、那样的营销活动。订单管理工作就是为了通过高效的物流、优质的售后提高买家的复购率。所以通过本实训项目的训练学生能够完成商品上传与维护，设置营销活动，同时完成日常订单的管理，提升买家购物体验 and 店铺的 DSR，进而提高复购率。</p>		
教学目标	<p>(一) 知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解不同平台商品发布的流程 2. 了解商品上下架处理的原理 3. 了解不同电商平台的主流活动及店铺促销活动 4. 了解不同平台的主要物流方式 5. 熟悉商品发布的主要内容 6. 熟悉商品优化的方法 7. 熟悉不同平台活动报名的条件及流程 8. 熟悉不同平台的退换货政策 9. 掌握商品标题撰写及优化的技巧 10. 掌握商品类目优化的方法 11. 掌握店铺促销活动设置的技巧 12. 掌握退换货处理的流程及技巧 13. 能根据运营策略，完成营销活动的设置 14. 能够进行根据平台要求，完成日常订单发货、退货等操作 <p>(二) 过程与方法</p> <p>通过实训，引导学生举一反三，学会用讨论、探究式的方法解决商品上传与维护、营销活动设置以及日常订单管理过程中的问题。</p>		

	<p>(三) 情感态度与价值观</p> <p>通过理实结合的学习过程，培养学生运用已知知识解决实际问题的能力，培养学生对网店平台的感性认知，激发学习的兴趣。</p>		
教学重、难点	<p>(一) 教学重点</p> <p>电商企业主要需要的是能够根据提供的商品信息，按照电商平台的规则完成商品的上传，并且制定一系列营销活动计划，促进转化率。在产生订单后，要进行日常订单的管理。因此，确定本单元的教学重点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品的发布 2. 平台促销活动设置 3. 退换货处理 <p>(二) 教学难点</p> <p>商品发布后，需要通过数据分析来评估商品的表现，一旦出现表现不好的现象，则需要进行优化。什么时候进行优化、如何进行优化、优化后是否能达到预期的效果，这对运营人员具有较高的要求。店铺营销活动效果的好坏受多重因素的影响，常见的店铺营销活动有优惠券、搭配套餐等。店铺活动相对来说较为简单，主要考验运营者的洞察力和市场掌控力，因此，确定本单元教学难点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品标题及类目优化 2. 促销活动开展流程 3. 不同类型促销活动设置 		
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	从淘宝网中搜集一个商品，展示给学生。 透过前台页面展示分	教师提出任务： 1. 在网购的时候，你通常会关注哪些商品相关的要素？	1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。 明确学习情境和目标。

	<p>析通过电商平台发布商品的主要内容，以及在实际的工作中，在商品发布之前能得到的相关资料。同时让学生思考商品现在正在参与的活动，对销售会有什么影响。</p>	<p>2. 如果让你发布个商品，你会如何做？</p> <p>学生：</p> <p>4人1组，简单讨论后，选取代表进行回答。</p>	<p>2. 这样学生的在自主学习过程中，目标性强。逐步由要你学转变为我要学的形式。逐渐培养学生的自主学习自觉性。</p>
<p>单元一： 商品上传与维护 （12课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品发布 2. 商品上下架 3. 商品优化 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 商品标题构成？ 商品属性的维度有哪些？ 商品上下架时间原理？ 标题优化原则？ 2. 请学生回答问题，并进行总结。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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。注意，尽量让学生独立自主的完成学习任务。 2. 实训完成后，老师结合操作过程中的问题进行总结和知识点讲解。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生4人1组，就教师提出的问题“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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。明确学习情境和目标。 2. 这样学生的在自主学习过程中，目标性强。逐步由要你学转变为我要学的形式。逐渐培养学生的自主学习自觉性。

		回答发现自己的不足，并及时完善。	
	<p>实训步骤：</p> <p>第一步：商品基础信息、销售信息设置；</p> <p>第二步：上传商品图片，完成图文上传；</p> <p>第三步：完成店铺支付、物流及售后服务内容的设置。</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 打开虚拟软件后台，展示平台发布宝贝功能下，商品基础信息和销售信息的内容。 2. 在商品基础信息部分，重点介绍宝贝标题填写的规则及注意事项；宝贝类型中二手、全新对商品发布的影响。 3. 商品销售信息中属性的重要性及属性对于搜索排名的贡献。 4. 参考教材内容，讲解在实训过程中需要注意的问题 图片格式、大小、常用的编辑方法。 5. 指导学生设置运费模板，讲解不同运费模板的作用。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 跟随老师的提问，完成课前的回顾和课后的内容预习； 2. 根据任务内容，在虚拟仿真平台上完成此两项内容的设置，并进行提交。 3. 理论联系实际，通过老师的理论讲解，反思自己在实训中的表现 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品上传是一个完整的线性过程，但是这个过程包括的信息量较大，所以将按模块拆解为不同的小任务，逐步引导学生一步步的通过攻克小任务，来完成大任务。 2. 课上根据老师的指导完成实训任务。课后结合老师的评价、知识讲解，通过自主搜索学习完成类似任务的训练，举一反三，掌握基础信息和销售信息部分内容的撰写技巧。
<p>单元二：</p> <p>营销活动</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 促销活动的分类 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。

<p>设置与制作(8课时)</p>	<p>2. 促销活动内容设计</p> <p>3. 不同平台典型营销活动</p> <p>4. 店铺促销互动开展流程</p>	<p>说出你熟知的淘宝平台的营销活动有哪些?</p> <p>你在购物的时候,有活动的商品会增加你购买的几率吗?</p> <p>哪种营销活动最吸引你?</p> <p>你觉得个人店铺可以开展哪些类型的营销活动?</p> <p>2. 请学生回答问题,并进行总结。</p> <p>学生:</p> <p>1. 4人1组,进行讨论,选取代表进行回答。</p> <p>2. 学生互评,选出每个问题的最优答案。2. 根据学生发言内容,进行归纳总结,引出本单元的内容,并讲解相关知识点。</p> <p>学生:</p> <p>1. 根据老师提出的问题进行分析整理。</p> <p>2. 通过老师的理论讲解,反思自己在自主学习过程中的表现。</p>	<p>明确学习情境和目标。</p> <p>2. 这样学生的在讨论的过程中,目标性强。四个问题采用层层递进的关系,从简入难,不断的启发学生的进一步思考。通过思考引出要进行的实训项目内容。</p>
	<p>实训步骤:</p> <p>第一步:登录系统在店铺“营销工具”中选择“优惠券”,根据背景资料进行优惠券创建;</p> <p>第二步:上传平台营销活动策划方案。</p>	<p>教师:</p> <p>1. 提出问题:你购物的时候使用过优惠券吗?店家都是怎么设置的?</p> <p>2. 你再电商平台上买过组合好的商品吗?如果有,吸引你购买的是什么?</p> <p>3. 通过淘宝网展示优惠券和套餐搭配的示例。</p>	<p>1. 小组讨论主要是要求学生进行自主性的学习、合作性的学习的习惯培养。</p> <p>2. 通过虚拟仿真实训软件身临其境的感受优惠券及套餐搭配的设置流程,了解营销活动背后的内容。</p>

		<p>4. 讲解软件操作指引，说明注意事项。</p> <p>5. 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。注意，尽量让学生独立自主的完成学习任务。</p> <p>6. 实训完成后，老师结合操作过程中的问题进行总结和知识点讲解。</p> <p>学生：</p> <p>1. 学生通过软件学生端登录账号，根据任务指引完成促销活动设置。</p> <p>2. 学生分组上台讲解在优惠券创建的思路和套餐搭配的技巧。</p> <p>3. 认真聆听老师对于相关知识的巩固讲解。</p>	<p>3. 做中学、学中做，在做的过程中总结问题，在学的过程中，指导学生去实践。</p> <p>4. 通过问题先激发学生作为买家的感受，了解作为消费者的考虑角度，然后再作为卖家如何通过营销活动满足买家的需求。在角色的转换中，做到知其然也知其所以然。</p>
<p>单元三： 日常订单管理 (8 课时)</p>	<p>相关知识：</p> <p>1. 订单管理概述</p> <p>2. 订单管理系统分类</p> <p>3. 订单物流选择</p> <p>4. 不同平台退换货规则</p> <p>5. 退换货处理技巧</p>	<p>教师：</p> <p>1. 对于买家催单的要求，如何才能保证按时送达？</p> <p>2. 如果不能按时将订单送到买家手中，可能会产生哪些后果？</p> <p>3. 如果买家下单了，线上物流满足不了，应该如何处理？</p> <p>学生：</p> <p>1. 4 人 1 组，进行讨论，选取代表进行回答。</p> <p>2. 学生互评，选出每个问题的最优答案。</p>	<p>1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。明确学习情境和目标。</p> <p>2. 这样学生的在讨论的过程中，目标性强。</p> <p>3 个问题采用层层递进的关系，从简入难，不断的启发学生的进一步思考。通过思考引出要进行的实训项目内容。</p>

	<p>实训步骤:</p> <p>第一步: 对买家付款的订单发货处理;</p> <p>第二步: 处理退换货订单。</p>	<p>老师:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题: 你在什么情况下, 会进行退换货处理? 2. 引入情境, 引导学生进行思考, 并对学生的回答进行汇总。 3. 参考教材内容, 讲解在实训过程中需要注意的问题。 4. 实训结束后根据学生上传情况给出评价总结, 布置课后作业, 巩固此任务内容。 <p>学生:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 认真聆听老师的问题, 思考后尝试进行回答。 2. 学习理论知识, 并将其用到任务实训中。 3. 提出在实训中碰到的问题或者疑惑, 聆听老师的解答。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 实训前先讲解规则, 避免掉在实训过程中可能出现的不成功或者模糊现象。 2. 通过案例讲解, 清晰、直观, 有助于学生学习、吸收。
<p>课后作业</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理论题: 收集整理常见的退换货处理情况, 并提出建设性意见。 分析不同类型促销活动的优劣势及适用的情境。 商品上传的时候, 需要知道哪些商品信息, 在这些商品信息中哪些内容是必要且重要的? 2. 实训题: 在后台订单管理页面, 完成不同类型订单的处理。 通过 1688, 在女装和箱包 2 个类目下各搜索一个商品, 收集其相关信息, 通过虚拟仿真软件, 完成此 2 款商品的上传。 通过 1688 在女装类目下搜索 1 个商品, 收集其信息, 核算成本及进行市场预估, 制定营销策略, 然后从三类营销活动中选择 1-2 个最适合的活动进行营销推广。 		

评价方式	1. 课堂的表现（20%） 2. 实训任务（50%） 3. 课后作业（30%）
-------------	---

模块四 网店客服服务

培训时长	23 课时	培训方式	讲授和实训
概 述	<p>本模块分为五个单元：客服岗前准备、客户交易促成、客户问题处理、客户关系维护、客服岗位进阶。客服是全店唯一一个能够和顾客沟通的岗位，店铺中对客户信息的收集、问题的反馈、建议的整理等都是由客服来完成的。所以通过本实训项目的训练，本实训项目的训练，能够根据通过训练，让学生掌握客服的知识准备以及交易促成技巧，同时了解客户岗位进阶的路线。</p>		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解客服常用的行为规范 2. 了解订单交易的流程 3. 了解客服岗位各阶段的职业规划 4. 熟悉智能客服机器人在客服工作中的应用 5. 熟悉客户信息收集与管理的方法 6. 熟悉订单催付的原则与方式 7. 掌握商品推荐的技巧 8. 掌握售后交易纠纷处理的过程 9. 掌握流失客户挽回的方法 <p>（二）过程与方法</p> <p>通过实训，引导学生通过归纳、总结的方法，熟悉客户常见的问题，并能够进行处理。</p> <p>（三）情感态度与价值观</p> <p>通过理实结合的学习过程，培养学生的服务意识，面对问题积极处理的乐观态度。</p>		
教学重、难点	<p>（一）教学重点</p> <p>买家是否购买，客服的推荐技巧非常重要，商品问题处理影响到买家的购物体验及转化率，关系到店铺的评分。因此，确定本单元的教学重点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客服行为规范 2. 商品推荐的原则 		

	<p>3. 商品推荐的策略</p> <p>4. 商品问题处理</p> <p>(二) 教学难点</p> <p>线上获客成本越来越大，所以如何提高客单价成为每个店铺的必修课，所以如何通过关联营销来提高客单价成为每个店铺的关注点。跨境电商因为涉及到的是不同国家之间的交易，在这个过程中会牵扯到通关问题，运输路途远，且各国物流政策不同，形式较为复杂。因此，确定本单元教学难点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 跨境平台物流问题处理 2. 促销活动开展流程 3. 不同类型促销活动设置 4. 跨境平台物流问题处理 		
<p>教学准备</p>	<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>		
<p>教 学 过 程 设 计</p>			
<p>教学环节</p>	<p>教学内容</p>	<p>师生活动</p>	<p>设计意图</p>
<p>情境导入</p>	<p>回想下自己在购物的时候，碰到没有合适的尺码或者颜色的时候，有没有通过客服的推荐，最终达成购买的情况？</p> <p>要求学生根据情境描述，阐述自己碰到的问题及得到的回复。</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 你对客服的推荐排斥吗？ 你有过咨询未下单、下单未付款的情况吗？ 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。注意尽量让学生独立自主的完成学习任务。 <p>学生：</p> <p>聆听老师问题，进行深入思考，尝试性的进行回复，并从中总结规律和经验。</p>	<p>教师通过情境，从学生的生活体验切入，引导学生逐步的进行深入的思考，然后得出自己的心得体会。</p>

<p>单元一： 客服岗前 准备（2 课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 交易规则与路程 2. 商品知识 3. 物流问题处理 4. 客服礼仪规范 5. 客服用语规范 6. 客服服务规范 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题： 你对客服一分钟要打多少字才符合要求吗？ 你知道客服用语有什么注意事项吗？ 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。注意，尽量让学生独立自主的完成学习任务。 <p>学生：</p> <p>聆听老师问题，进行深入思考，尝试性的进行回复，并从中总结规律和经验。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。明确学习情境和目标。 2. 这样学生的在自主学习过程中，目标性强。 3. 客服知识虽然简单，但是比较琐碎，需要学生深入理解记住。
<p>单元二： 客服交易 促成（9课 时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品推荐原则与策略 2. 关联销售的策略 3. 订单催付的原则与策略 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题 商品推荐有什么技巧吗？ 你有没有经历过被催付？ 通常你在下单后，不支付的原因有哪些呢 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。注意，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，就老师提出的问题探讨。 2. 学生分组上台讲解自己的回复体验。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。明确学习情境和目标。 2. 这样学生的在讨论的过程中，目标性强。四个问题采用层层递进的关系，从简入难，不断的启发学生的进一步思考。通过思考引出要进行的实训项目内容。

		3. 认真聆听老师对于相关知识的巩固讲解。	
	<p>实训步骤:</p> <p>子任务一、商品推荐 第一步: 结合商品属性, 分析归纳买家咨询未下单的原因; 第二步: 围绕商品推荐产生的条件, 从买家角度拓展相关问题及回复内容。 第三步: 根据平台模拟买家沟通过程, 进行应答测试。</p> <p>子任务二、关联营销 第一步: 确定关联商品 ; 第二步: 分析关联营销话术内容; 第三步: 关联营销场景训练 第四步: 关联营销应答测试。</p> <p>子任务三、订单催付 第一步: 分析未付款原因及催付内容; 第一步: 分析订单催付话术内容; 第一步: 订单催付场</p>	<p>教师:</p> <p>1. 教师引导学生通过小组讨论, 借助网络教学平台等媒体资源。了解向客户推荐商品的技巧, 并完成教学任务。 2. 讲解软件操作指引, 说明注意事项。 3. 实训前, 老师先讲解在实训过程中需要的相关知识。 4. 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。注意, 尽量让学生独立自主的完成学习任务。</p> <p>学生:</p> <p>1. 学生 4 人 1 组, 探讨商品推荐的技巧。 2 根据任务指引通过虚拟仿真软件完成买家相关问题的回复。 3. 学生分组上台讲解自己的回复体验。 4. 认真聆听老师对于相关知识的巩固讲解。</p>	<p>1. 小组讨论主要是要求学生集思广益, 通过团队协作完成话术库。 2. 通过虚拟仿真实训软件将设计好的话术作为快捷回复, 对买家的的问题选择合适的话术进行回复。感受想象和实际的区别, 并进行修正。 3. 做中学、学中做, 在做的过程中总结问题, 在学的过程中, 指导学生去实践。</p>

	<p>景训练；</p> <p>第一步：订单催付应答测试。</p>		
	<p>相关知识：</p> <p>1. 售前问题处理</p> <p>2. 售后问题处理</p> <p>3. 国内平台支付问题处理</p> <p>4. 跨境平台支付问题处理</p>	<p>教师：</p> <p>1. 提出问题：你因为什么动机寻求客服的帮助？</p> <p>2. 客服的回复帮你解决问题了吗？</p> <p>3. 你认为什么样的回复才是有效的？</p> <p>学生：</p> <p>聆听老师问题，进行深入思考，尝试性的进行回复，并从中总结规律和经验。</p>	<p>教师通过情境，从学生的生活体验切入，引导学生逐步的进行深入的思考，然后得出自己的心得体会。</p>
<p>单元三：</p> <p>客户问题处理</p> <p>(9 课时)</p>	<p>实训步骤：</p> <p>任务一、聊天互动</p> <p>1. 通过电商平台搜索，收集各个店铺关于店铺服务及商品知识的内容；</p> <p>2. 根据自己的商品特点，提炼卖点；</p> <p>3. 总结买家的常见问题，根据问题结合商品属性设置标准话术。</p> <p>任务二、客户问题处理</p> <p>第一步：通过给定的材料提炼商品卖点信</p>	<p>老师：</p> <p>1. 提出问题：</p> <p>你买东西时会关注什么商品问题？</p> <p>你关注发货物流吗？</p> <p>常用的物流公司有哪些？</p> <p>2. 引入情境，引导学生进行思考，并对学生的回答进行汇总。</p> <p>3. 参考教材内容，讲解在实训过程中需要注意的问题。</p> <p>4. 实训结束后根据学生上传情况给出评价总结，布置课后作业，巩固此任务内容。</p> <p>学生：</p> <p>1. 认真聆听老师的问题，思考后</p>	<p>1. 实训前先讲解规则，避免掉在实训过程中可能出现的不成功或者模糊现象。</p> <p>2. 通过案例讲解，清晰、直观，有助于学生学习、吸收。</p>

	<p>息、物流信息；</p> <p>第二步：总结买家的常见问题，根据问题结合商品属性设置标准话术。</p> <p>任务三、交易促成</p> <p>第一步：总结促单话术；</p> <p>第二步：根据自己的商品特点，结合背景要求，总结关联营销、商品推荐、订单催付等话术；</p> <p>第三步：在实训平台上完成交易场景训练及应答测试</p>	<p>尝试进行回答。</p> <p>2. 学习理论知识，并将其用到任务实训中。</p> <p>3. 提出在实训中碰到的问题或者疑惑，聆听老师的解答。</p>	
<p>单元四： 客户关系维护 （2 课时）</p>	<p>相关知识：</p> <p>1. 客户信息收集与分析</p> <p>2. 客户分类</p> <p>3. 流失客户的挽回</p> <p>4. 忠诚客户营销</p>	<p>教师：</p> <p>1. 提出问题</p> <p>在大促或者生日的时候，你收到过商家的短信吗？</p> <p>对于客户数据，你觉得对于店铺运营有价值吗？</p> <p>如果有，你会怎么利用这些客户数据？</p> <p>2. 请学生回答问题，并进行总结。</p> <p>学生：</p> <p>聆听老师问题，进行深入思考，尝试性的进行回复，并从中总结规律和经验。</p>	<p>教师通过情境，从学生的生活体验切入，引导学生逐步的进行深入的思考，然后得出自己的心得体会。</p>

<p>单元五： 客服岗位 进阶 (1 课时)</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客服专员主要职责 2. 客服主管主要职责 3. 智能客服训练师主要职责 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出问题 <p>双十一大促，数以万计的买家咨询，客服是如何应对的？</p> <p>客服除了与买家沟通，还有什么别的晋升方向？</p> <p>学生：</p> <p>聆听老师问题，进行深入思考，尝试性的进行回复，并从中总结规律和经验。</p>	<p>通过对客服进阶路线的讨论，帮助学生更加理解客服岗位，让学生理解客服岗位的重要性，了解不同的发展方向。</p>
<p>课后作业</p>	<p>1. 理论题：</p> <p>探讨下客服在交易促成中的作用。</p> <p>客户问题处理如何变被动为主动。</p>		
<p>评价方式</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 课堂的表现（20%） 2. 实训任务（50%） 3. 课后作业（30%） 		

模块五 运营数据分析

培训时长	6 课时	培训方式	讲授和实训
概述	<p>本模块分为三个单元：常用的数据分析工具、客户评价分析、网店运营状况分析。让学生能学会利用常用的数据分析工具对网店的运营状况以及网店的客户评价进行分析，并能根据分析结果制定简单的运营方案。</p>		
教学目标	<p>（一）知识与技能</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解常用的第三方数据分析工具 2. 了解速卖通、亚马逊评价体系 3. 了解单品运营分析内容 4. 熟悉平台内的主要数据分析工具 5. 熟悉淘宝评价体系 6. 熟悉店铺销售数据分析指标 7. 掌握有效数据获取途径 8. 掌握网店的基本流量分析指标 9. 能根据分析结果提出针对性运营方案 <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，培养问题意识和数据思维。</p> <p>（三）情感态度与价值观</p> <p>通过理实结合的学习过程，培养学生的数据意识，提高学生对数据分析和应用的兴趣。</p>		
教学重、难点	<p>（一）教学重点</p> <p>只有知道有哪些数据分析工具以及这些工具的优势所在，才能选择合适的工具进行网店运营数据的分析。因此，确定本模块的教学重点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 常用的数据分析工具 2. 网店运营数据分析 <p>（二）教学难点</p> <p>淘宝、速卖通、亚马逊都有各自的客户评价体系，由于客户评价呈现的分</p>		

	<p>数受主观营销较大，因此需要对数据有更客观的认知、分析能力。因此，确定本模块的教学难点是：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝、速卖通、亚马逊评分方法 2. 淘宝、速卖通、亚马逊评分结果的影响 		
教学准备	<p>教师准备：多媒体课件 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>案例名称：周黑鸭巧用生意参谋精准预测销量</p> <p>周黑鸭食品旗舰店经营的商品以短保商品为主，这类商品的特点是保质期短，对储存温度甚至包裹温度都有特殊要求。因此，在备货时常常会遇到一个难题——如果备货过多，商品容易过期报废，如果备货过少，又会影响发货速度，进而影响客户体验。</p>	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 运营数据分析在网店装修的指导作用 2. 运营数据分析对于网店基础操作的指导作用 3. 运营数据分析对网店客户服务的指导作用 <p>学生：</p> <p>学生通过搜索及浏览相关平台内容，思考老师提出的问题，并尝试进行回答。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师通过情境，引导学生把握学习的要点。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，加深对内容的认识。

<p>单元一： 常用的数据分析工具（2课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 常用的数据分析工具：生意参谋、数据纵横、阿里指数 第三方数据分析工具：百度指数、谷歌趋势 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 教师引导学生通过小组讨论，借助网络资源，了解常见的平台内数据分析工具和第三方数据分析工具，并完成教学任务。 根据学生的学习情况，及时的点拨、引导启发学生遇到的困难问题。注意，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"> 学生4人1组，线下完成资料的收集。 学生分组上台讲解自己对常用的数据分析工具的认知。 聆听老师对于相关知识的巩固讲解。 	<ol style="list-style-type: none"> 小组讨论主要是要求学生集思广益，通过团队协作完成学习内容。 通过自主搜集资料，感受想象和实际的区别，并进行修正。在自主学习的过程中总结问题，然后进行有针对性的讨论。
<p>单元二： 客户评价分析（2课时）</p>	<p>相关知识：</p> <ol style="list-style-type: none"> 淘宝评价体系 速卖通评价体系 亚马逊评价体系 	<p>教师：</p> <ol style="list-style-type: none"> 不同平台评价体系对比分析 针对预习内容组织学生进行讨论发言。 根据学生发言内容，进行归纳总结，引出本单元的内容，并讲解相关知识点。 <p>学生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 根据老师提出的问题进行分析整理。 通过老师的理论讲解，反思自己在自主学习过程中的表现。 	<p>数据本身并没有意义，只有通过数据分析得到结论并用来指导实际的运营策略，数据才有意义。通过多平台的对比分析，培养学生多角度思考问题的习惯。</p>
<p>单元三：</p>	<p>相关知识：</p>	<p>教师：</p>	<p>通过鲜活的身边案例，</p>

<p>网店运营状况分析 (2课时)</p>	<p>1. 店铺流量数据分析 2. 店铺销售数据分析 3. 店铺单品运营分析</p>	<p>1. 案例导入《妖精的口袋：蛰伏 10 年揭神秘面纱》，通过案例，启发学生对数据分析意义的思考。</p> <p>2. 讲解网店运营状况分析的相关内容，利用案例来深入解读分析流量指标、销售指标。</p> <p>学生：</p> <p>1. 通过案例，分析指标的含义及对网店运营的指导意义。</p> <p>2. 自行搜集一个店铺，利用所学知识对店铺的经营状况进行简单的分析。</p>	<p>加深学生对电商法对电商行业影响的感受，培养学生的法律意识。通过学生自主搜集和课堂讲解，拓展班级学生的知识面、强化《电子商务法》对行业及经营者的影响触及面。</p>
<p>课后作业</p>	<p>通过搜索选择一个比较熟悉的热门单品，查阅其 DSR 评分或 review/feedback 评分，结合买家留言，进行分析，并制定改进的运营方案。</p>		
<p>评价方式</p>	<p>1. 课堂的表现 (20%) 2. 实训任务 (50%) 3. 课后作业 (30%)</p>		