# 信息技术（拓展模块）——数字媒体与应用（个人网店开设）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **信息技术（拓展模块） 个人网店开设** | | | | | |
| **课程名称** | 信息技术（拓展模块）——数字媒体与应用（个人网店开设） | **课程性质** | 公共基础课 | **专题学时** | 8学时 |
| **使用教材** | “十四五”职业教育国家规划教材（中等职业学校公共基础课程教材）——《信息技术（拓展模块）——数字媒体与应用，北京理工大学出版社 | | | | |
| **一、专题引导**  2015年6月11日，国务院颁发《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》[2015〕 32号文件，营造创业环境，释放创业活力，实现落地生根，推动模式创新，依托“互联网+”、大数据等，建立和完善线上与线下商业模式等创业创新机制，全国掀起“大众创业”“草根创业”新浪潮。2015年7月4日，国务院颁布《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，加快推进“互联网+”发展，重塑创新体系、激发创新活力、培育新兴业态，主动适应和引领经济发展新常态，形成经济发展新动能。2020年5月22日发布的《2020年国务院政府工作报告》中提出，全面推进“互联网+”，打造数字经济新优势，深入推进大众创业、万众创新。  本专题实践性强，以行动导向、任务驱动为主要形式，按照“项目一任务一拓展”的学习过程，根据职业领域典型工作任务，基于典型的电商平台，把思政元素融入职业工作新情境、新模式和新方法，把实战项目任务化，构建了四个实践任务：个人网店的策划、网店的开设、网店的装修与美化、网店的运营维护。  本专题具体项目如下：  1.个人网店的策划。  2.网店的开设。  3.网店的装修与美化。  4.网店的运营维护。  **二、学习目标**  1.从行业形势、货源渠道、竞品分析、客户群画像、自身职业方向进行分析，能够完成产品营销网店搭建的前期策划，包括店铺主营商品类别选择、网店定位、电商平台选择等。  2.熟悉产品营销网店开店的准备材料，能够基于主流电商平台，注册账号及实名认证，完成个人网店的申请开设及基本设置。  3.会根据网店定位进行店铺装修，能够完成店标、店招、轮播广告的制作。  4.会基本的商品拍摄、主辅图与详情页的制作，能够完成商品的发布，了解基本的网店营销手段和订单处理内容，能够进行网店的订单处理及销售数据分析。 | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **专题6　个人网店开设** | | |
| **教学设计** | | |
| **一、教学目标**  素质目标：培养学生严慎细实的职业素养，提升集体意识和团队合作意识。  知识目标：掌握个人网店开设前期策划的有关知识；了解网店商品的选择及网店的定位。  能力目标：能够分析行业形式、货源渠道、客户群画像等，完成产品营销网店搭建的前期策划，包括店铺主营商品类别选择、网店定位、电商平台选择等。  **二、教学重难点**  教学重点：掌握电子商务的模式，学会分析网店的定位于选品。  教学难点：根据市场调研结果，选择合适的主营产品类型，并根据客户需求画像，选择合适的电商平台。  **三、课时安排**  8课时  **四、教学策略**  教法：项目教学法、任务驱动法、讲授法、演示法  学法：自主探究学习法、讨论法、小组合作学习法  教学资源：多媒体教学设备、理实一体化实训室、信息化教学平台、配套教学课件 | | |
| **教学过程** | | |
| **教学环节** | **教学设计** | **设计意图** |
| 课前学习 | 1.学习教师布置的课前学习任务。  2.查阅资料，掌握网点开设的有关知识；了解店铺选品与平台选择的有关知识。 | 培养学生自主学习、创新学习能力。 |
| 项目背景 | 随着网络购物的盛行，小小与同学们一样，平时在网上买了不少东西，一到放学，校门口挤满快递小车，快件摊满了一地，快递箱柜前取件的同学络绎不绝。看到如此景象，小小对电子商务产生了兴趣，萌生想法，为什么不试试开设一间网店？于是小小把想法跟创客团队成员说了出来，大伙儿早有同感，一拍即合，迅速组成了开设网店的团队。于是，这支团队在导师的指导下，学习了开设网店的一些相关知识，决定在淘宝平台开设个人网店，一起投入创业实践的浪潮之中。 | 设置贴近实际的项目背景，激发学生学习兴趣，引入学习任务。 |
| 项目分析 | 小小团队对个人网店的开设进行了初步分析，拟定了项目计划。首先，对网店进行整体策划，包括网店主营商品类目选择、目标客户群体画像、网店风格定位、开店平台选择；接着着手注册账号，实名认证，把网店开起来；然后制作店招、海报轮播图等进行网店装修和美化；最后进行网店日常运营与维护工作，包括商品拍摄，主辅图和详情图制作，商品发布、上架、下架，参加营销推广活动，以及对网店接到的订单进行处理、客户评价等售后服务工作。项目结构如图6-1-1所示。 | 分析项目并形成项目结构，培养学生分析归纳梳理信息的能力，培养结构化处理事情的习惯。 |
| **任务1　个人网店的策划** | | |
| **教学过程** | | |
| **教学环节** | **教学设计** | **设计意图** |
| 任务描述 | 小小主持网店的策划工作，带领团队成员仔细研究了中国互联网络信息中心（CNNIC)每半年发布一次的《中国互联网络发展状况统计报告》，越研究越发现互联网中蕴藏许多契机，特别适合个人创业、草根创业和微创业。大家的话题主要集中在几个关键点：“还有细分市场吗？开一个什么样的店铺？在哪里开网店呢？卖什么？卖给谁?需要多少成本呢？”小小团队聚焦了讨论结果，并着手付诸行动。 | 直观描述内容，明确教学内容，帮助学生抓住重点。 |
| 任务分析 | 小小团队对相关网络市场开展调研，对行业类目竞品也进行了对比分析；对网络市场进行了细分，从消费心理特征对客户群体进行画像；在此基础上对网店进行整体规划，梳理货源渠道，锁定网络细分市场、目标客户群体和店铺主营商品类目，做好开店准备工作。任务路线如图6-1-2所示。 | 理清思路，养成学生有条理、合逻辑地开展工作的习惯，培养学生严谨细实的职业素养。 |
| 任务准备 | 成员按照拟定的任务线路实施任务。  **1. 电子商务模式**  **（1）B2B电子商务模式**  教师引导学生认识B2B电子商务模式：B2B ( Business-to-Business)电子商务模式，即企业对企业的电子商务模式，是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司)，他们使用了互联网的技术或各种网络商务平台，完成商务交易的过程。  教师补充：B2B电子商务模式属于批发型电子商务，代表网站有阿里巴巴、慧聪网。  **（2）C2C电子商务模式**  教师引导学生认识C2C电子商务模式：电子商务模式是指个人对个人之间的电子商务。C2C模式属于最早期的电子商务模式，如易趣网、淘宝网。  **（3）B2C电子商务模式**  教师引导学生认识B2C电子商务模式：B2C ( Business to Consumer)是企业对个人的缩写，中文简称为“商对客”。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动。B2C电子商务模式即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、在网上支付。B2C代表网站有京东、当当网、苏宁易购等。  **（4）O2O电子商务模式**  教师引导学生认识B2C电子商务模式：020（Online To Offline）是线上交易到线下消费的缩写，020电子商务模式分为线上交易到线下消费体验；线下营销到线上交易；线下营销到线上交易再到线下消费体验；线上交易或营销到线下消费体验再到线上消费体验四种模式。例如：保险直购020，苏宁易购O20，大众点评02O等。  **2.网店的定位**  教师讲解网店的定位：网店定位是指网店重点针对某细分市场，某类客户群体销售产品，包括产品定位、价格定位和消费群体定位。  教师结合图“6-1-3 网店定位的步骤”进行讲解。  **3.开网店选品**  **(1）有利可图**  教师讲解：作为小微创业者，不得不考虑赢利，确保持续经营，才能够做大做强。所以，要在合理的范围之内，实现网店利润扩大化，选品时一般选有较好利润的。  **（2）无季节影响**  教师讲解：在给网店选品时，要选择没有季节性影响的产品，一年四季都可以销售，这样的好处是一方面避免了季节性影响所带来的淡旺季，另一方面也不会有太大的存货压力。  **（3）货源稳定**  教师讲解：开网店一定要保证有稳定的货源提供，作为小微创业者而言，很难做到自己囤积大量的货，所以要有一个稳定的供货源。 | 根据拟定的任务路线展开任务实施，教学路线清晰，教学内容明确，帮助学生很好地掌握知识，同时锻炼有条理地处理问题的能力。  教师详细讲解多种电子商务模式，帮助学生了解电子商务类型之间的区别，加深学生对所学知识的理解。  教师讲解与图示步骤结合，直观清晰，有助于学生掌握。  开店选品是开网店的重要一步，教师明确选品的要点，帮助学生少走弯路。 |
| 任务实施 | **1.网络细分市场调研**  **（1）制作线下问卷调查表**  教师情景导入：经过讨论，小小团队决定以经营网上文具店为主题，制作该网店细分市场调研问卷，并分别制成线上调研问卷和线下调查问卷，以适应对于不同人群的调研。  教师结合问卷调查表，讲解调查问卷的内容。  **（2）制作线上问卷调查表**  教师讲解：线上问卷调查表可以使用手机微信中的小程序制作。  教师结合步骤1和步骤2讲解线上问卷调查表的制作步骤。  **（3）信息收集**  教师讲解：将两种问卷同时展开调查，纸质问卷实地面对面发放、回收；通过小程序的调查问卷把链接或者二维码发送到有关的群，定时收集信息，如图“6-1-6 发布调查问卷”所示。  **（4）调研数据统计分析**  教师讲解：根据调查表对文具的使用人群与购买人群的选购平台、品牌、功能、场景、金额、频率等进行统计汇总，经结合调查结果提供的决策，选择店铺经营产品。结合图“6-1-7 经常购买的文具及品牌”“6-1-8 购买文具有无图案、购买地点”、图“6-1-9 经常购买文具的网站及更心动的渠道”和表“6-1-1 调查分析参考结果”进行教学。  **2.主营产品选型**  教师情景导入：经过多方面的学习了解到，开网店初期最重要的是选品，产品选的对不对，关系着能否赚钱，能否持续做下去。在考虑卖什么的时候，一定要根据自己的兴趣和能力而定，尽量避免涉足不熟悉、不擅长的领域；也要确定目标顾客，从顾客的需求出发选择商品。于是，小小团队根据以下这8条着手进行“优百惠”的产品选型。  教师结合8条选品原则进行教学。  **3.目标消费群体画像**  教师情景导入：消费者画像，即消费者信息标签化，是通过收集与分析消费者社会属性、生活习惯、消费行为等主要信息的数据之后，完美地抽象出一个消费者的商业全貌。  小小团队拟对消费者进行初步画像，从人口属性（地域、年龄、性别、文化、职业、收入、生活习惯、消费习惯和兴趣爱好等）和产品行为(产品使用目的、兴趣偏好、消费需求、使用场景、行为习惯等）这两个维度着手，并参照样例进行画像。  **（1）实地访谈**  教师讲解：通过实地访谈法，就“文具”话题访谈生活中熟悉的人，并把谈话对象的个人资料按如下样例进行整理，搜集一线数据。  **（2）整理自述材料**  教师结合样例讲解整理自述材料的内容。  **（3）消费群体画像**  教师讲解：消费群体画像，即对访谈对象进行画像，贴上标签。  结合图“6-1-10 消费群体画像”进行教学。  **（4）目标客户定位分析**  教师情景导入：小小团队根据主营商品，制作了目标客户定位分析表。  结合表“6-1-2 目标客户定位分析表”进行教学。  **（5）完善网店目标消费定位**  教师引入案例讲解：根据“优百惠”文具优选网店目标消费群体画像，整理和完善网店目标消费者定位。  **4.电商平台选择**  教师讲解：根据导师的提议，对比分析电商平台的优势与劣势(表6-1-3)，结合自身情况，选择门槛低、创业资金少、风险低的淘宝网比较适合作为初创者的电商平台。  教师补充：梳理出的网店基本资料，结合表“6-1-4 网店基本资料”进行教学。 | 情景导入，激发学生的学习兴趣，设置贴近学生生活实际的场景，容易引起学生的共鸣，帮助学生更快地进入学生场景。  教师详细讲解操作步骤，直观演示操作过程，帮助学生学会实际操作，提升学生理论联系实际的能力。  教师讲解与图示教学相结合，直观展示操作步骤，让学生真正学会操作。  情景导入，激发学生学习兴趣，趣味安排知识点的学习，帮助学生掌握学习任务。  结合案例进行教学，更加直观清晰，帮助学生的理解。 |
| 任务延伸 | 除了淘宝网店，小小身边还有一些朋友开了微店。微店有哪些特点？哪些产品适合在微店销售呢？ | 启发学生思考，培养学生知识运用于迁移的能力。 |
| **任务2　网店的开设** | | |
| **教学过程** | | |
| **教学环节** | **教学设计** | **设计意图** |
| 任务描述 | 小小团队已经通过分析和调研完成了网店的前期策划，接下来创客团队准备按计划在淘宝平台开设个人店铺。 | 直观描述内容，明确教学内容，帮助学生抓住重点。 |
| 任务分析 | 为了快速通过网店申请与认证，首先要了解网店开通的流程并整理出资料清单，按照清单准备注册所需的资料。然后进入申请流程：注册支付宝账号并完成设置，接下来注册淘宝账号，并将淘宝账号和支付宝账号进行绑定，最后再开通卖家账号后即可申请开店，实名认证成功后且店铺开设成功即可完成店铺基本信息设置。任务路线如图6-1-11所示。 | 理清思路，养成学生有条理、合逻辑地开展工作的习惯，培养学生严谨细实的职业素养。 |
| 任务准备 | **1.淘宝网开店基本知识**  教师讲解淘宝网开店的基本知识：  ①成为支付宝会员：免费注册。  ②支付宝实名认证：确保双方能正常诚信的交易。  ③开店申请认证：一个身份证只能创建一个淘宝店铺。上传身份证照片后，等待3个工作日左右，会有审核结果反馈。  ④淘宝大学：这是一个线上学习平台。开店初期，需要不断地学习，了解货源、价格、运送、售后等相关问题在淘宝大学都能够找到答案。  ⑤发布10件不同的宝贝，并保持出售中的状态，就可以免费开店。“宝贝”是淘宝平台对商品的一种称呼。  ⑥淘宝开店必须通过淘宝开店考试，这是淘宝网对新卖家启用的新规则，考试主要内容来自《淘宝规则》，须达到60分才能通过。  ⑦在淘宝网上做生意，和买家沟通需用阿里旺旺。阿里旺旺的聊天记录是以后处理纠纷的最重要的证据。阿里旺旺是一款即时沟通软件，又称千牛卖家版。  ⑧做电商，其实是做服务，不管是技术支持，还是退换货服务，都要做到细致到位，这样才是一位好卖家。  **2.个人淘宝开店不需要收费**  淘宝上无论是个人类型店铺还是企业类型店铺，无论是在电脑端操作还是无线端操作，目前淘宝集市开店都是免费的。但是为了保障消费者利益，开店成功后部分类目需缴纳一定额度的消保保证金，保证金缴纳成功后随时可申请解冻。  **3.淘宝店铺状态**  ①出售中的宝贝数量连续3周为0件，系统会发送旺旺及邮件提醒卖家。  ②出售中的宝贝数量连续5周为0件，店铺会暂时释放，系统会发送旺旺及邮件告诉卖家。  ②出售中的宝贝数量连续5周为0件，店铺会暂时释放，系统会发送旺旺及邮件告诉卖家。  **4.个人网店的申请与开通流程**  结合图“6-1-12 个人网店的申请与开通流程”进行教学。  **5.网店的命名**  开网店需要一个好的店铺名称，为网店取名时，一般遵循“简短、独特、新颖”等原则，并考虑与店铺经营类目、品牌商标以及目标用户特点相结合的命名方式。  结合图“6-1-13 网店的命名（一杯暖心水）”进行教学。  另外，网店的命名还要注意以下几点：  （1）不能够随便改网名  （2）不要使用生僻字  （3）不要模仿知名品牌的店铺名字 | 列举详细的知识，帮助学生快速抓住学习要点。  涉及财产、费用的，要提醒学生谨慎，提高学生的财产安全意识。  以图示的形式进行流程教学，更加直观清晰。  举例子，让学生对教学内容更加清晰。 |
| 任务实施 | 成员按照拟定的任务线路实施任务。  **1. 开通个人网店的资料准备**  教师情景导入：小小团队着手在淘宝网上开通个人店铺，根据导师给的资料表格，整理开店前需要的相关资料，主要包括店主的身份信息和店主的银行卡信息，如表“6-1-5 网店开通基本资料表”所示。  **2.个人网店的开通**  **（1）注册淘宝账户**  按照提示进行注册，并设置店铺名称和密码。  结合图“6-1-14 淘宝网”、图“2-1-15 设置用户名”、图“6-1-16 支付方式设置”进行教学。  **（2）申请开通个人网店**  结合图“6-1-17 单击‘免费开店’链接”和图“6-1-18 申请开店（我要开店）”进行教学。  **（3）支付宝实名认证**  教师讲解：在申请开店步骤中有两项认证：支付宝实名认证与淘宝开店认证，这两者有先后次序，支付宝的实名认证可以用电脑端认证或用手机端认证。单击“立即认证”，即可进行支付。  结合图图“6-1-18 申请开店（我要开店）”进行教学。  **（4）淘宝开店认证**  教师讲解：进行淘宝认证，需要填写与上传身份证信息。  结合图“6-1-19 支付宝认证、淘宝认证”教学淘宝开店认证的操作。  教师讲解：只有支付宝实名认证和淘宝开店认证都通过了，才可以开店。最后，仔细阅读开店协议，勾选同意，承诺做一个遵守规则的淘宝个人店铺店主之后，淘宝个人店铺就申请成功了。  结合图“6-1-20 淘宝个人店铺申请成功”进行教学。  **3.店铺基本设置**  教师讲解：打开千牛卖家中心，在导航中选择“店铺基本设置”，打开“淘宝店铺”页面，根据任务栏提示完成相应店铺的设置，如图“6-1-21 基本设置：完善店铺设置”所示。 | 根据拟定的任务路线展开任务实施，教学路线清晰，教学内容明确，帮助学生很好地掌握知识，同时锻炼有条理地处理问题的能力。  以图示的形式展示具体的操作步骤，直观清晰。  教师讲解与图示教学相结合，直观展示操作界面，让学生真正学会操作。 |
| 任务延伸 | 淘宝企业店铺是一种介于公司直营和个人卖家之间的店铺。普通个人卖家通过身份认证就可以开店，淘宝企业店铺则需要认证企业营业执照、税务资料等。淘宝个人店铺和企业店铺开店在认证条件等方面有较大的区别，如表6-1-6所示。    思考：如果开设企业店铺，还需要满足什么条件呢？ | 通过任务延伸，让学生根据思考题目自己思考与操作，有助于学生巩固所学知识，帮助学生真正学会运用所学知识处理实际问题。 |
| **任务3　网店的装修与美化** | | |
| **教学过程** | | |
| **教学环节** | **教学设计** | **设计意图** |
| 任务描述 | 小小团队的网店已经顺利开通了，接下来对网店进行装修。小小团队通过调查了解，店铺良好的外观形象，可以增加买家的好感和信任感，还能促进商品销售，对店铺的品牌宣传起到关键作用，因此，小小团队决定根据网店的定位，结合主营商品的特点对开设的网店进行装修。 | 直观描述内容，明确教学内容，帮助学生抓住重点。 |
| 任务分析 | 根据调查数据显示，目前淘宝网流量大多来于移动端，小小团队决定首先进行手机端网店装修。在开店初期，店铺装修可以选择一键装修首页，这种方式简便易行，新手店家能快速上手，也提高了后期商品上架的效率；当上架的商品多了，需要调整店铺的布局，突显个性化的特点，再进行人工精装修店铺。一般来讲，初期店铺装修主要涉及店标、店招、轮播广告等，实现店铺首页的装修与美化，任务路线如图6-1-23所示。 | 理清思路，养成学生有条理、合逻辑地开展工作的习惯，培养学生严谨细实的职业素养。 |
| 任务准备 | **1.网店装修的作用**  教师讲解网店装修的作用：网店装修和实体店装修是一个道理，都是为了让店铺更加漂亮，更加合理，更吸引人，增强用户的信任度，建立店铺的品牌。甚至对于网店而言，网店的装修设计更为重要，因为客户只能通过图片或者是文字来了解卖家及产品。  教师总结网店装修的目的：为了给买家提供更便捷的服务，简单快速地找到自己需求的商品；为了促进买家下单，降低跳失率，提高转化率；为了让买家自身对店内销售有一个清晰的了解。  **2.网店风格与装修素材**  教师讲解：在选择网店装修素材的时候，不能因个人喜好去选择，而是要根据网店所设定的风格和产品的风格去确定。总素材的选择不能脱离网店主题和产品风格。  **3.网店装修内容**  教师讲解网店装修的内容：全屏海报、宝贝分类、图片轮播、宝贝推荐、搜索框，以及旺旺客服模板、店铺收藏链接、店铺音乐等。  **4.店招及其规格**  店招就是商店的招牌，用以吸引顾客。好的店招要求是有字、颜色、宽度、长度清洁、明亮。  结合图“6-1-24 店招”讲解店招的设计及规格。  **5.店标及设计要求**  教师讲解：店标尺寸通常为100像素×100像素，淘宝店铺的标志大小为80像素×80像素，80KB以内，支持GIF、JPG和 PNG图片格式。  结合图“6-1-25 搜索结果左侧栏显示店标”进行教学。  教师补充：店标通常是分为动态店标和静态店标两种。  结合图“6-1-26 淘宝店铺店招”进行教学。  **6.店标与店招的关系**  教师讲解二者的关系：店标与店招是两个作用相辅相成的概念，店招中可以放置店标（Logo），而且品牌Logo需放置在显眼的位置上；店招体现店铺的品牌诉求，若有促销信息，则可以在店铺促销的时候放到店招上，活动结束之后及时把促销信息去掉，保持网店的品牌性。  **7.图片轮播广告**  教师讲解：淘宝轮播图的尺寸规格没有严格的规定，常见宽度为950像素，高度在300~500像素。如果是全屏海报，那么宽度一般会大一些，约为1920像素。 | 针对学生需要了解的基础知识，教师通过内容讲解，让学生即刻获知  ，推动教学的开展。  教师讲解与图示教学相结合，直观展示操作界面，让学生真正学会操作。  用数字规范学生的操作要求，更加清晰明了。 |
| 任务实施 | 成员按照拟定的任务线路实施任务。  **1.网店装修**  教师讲解：在手机上下载并安装手机淘宝APP与千牛卖家版，并登录。  教师结合步骤1至步骤6，结合图“6-1-27 店铺装修——手机淘宝店铺”、图“6-1-28 无线店铺装修”、图“6-1-29 一键装修首页”、图“6-1-30 新建装修页面”、图“6-1-31 选择模板”和图“6-1-32 选择轮播图模板”教学网店装修的操作步骤。  **2.店标的制作与上传**  教师讲解：店标设计力求简约、好识记，必备元素是店铺名称(或简称）和能够代表店铺主营商品的图形标志。  结合图“6-1-33 店标”这一案例进行讲解。  **（1）店标的制作要求**  教师明确：制作店标的常用工具软件是Photoshop。  具体操作步骤结合①~⑤进行教学。  **（2）店标的上传**  上传教师结合步骤①和步骤②，以及图“6-1-34 店铺Logo设置”、图“6-1-35 替换图片”和图“6-1-36 选择上传图片”进行教学。  **3.轮播广告的制作与上传**  教师引导学生认识轮播广告图：轮播广告图是店铺主推商品，或促销活动海报，手机店铺只能上传4张轮播广告，广告图力求商品突出、定位精准，具有良好的视觉营销的特点。  教师讲解轮播广告图的规格：广告图固定宽度750像素,高度控制在200~950像素，要求一组内的图片高度完全一致，支持PNG、JPG格式。  结合图“6-1-37 上传轮播广告图片”与图“6-1-38 添加商品链接”进行教学。  **4.店招的制作与上传**  教师结合图“6-1-39 ‘优百惠文具优选店’店招”教学店招的必要元素。  **（1）店招的制作**  教师讲解：制作店招的常用工具软件是Photoshop。  教师结合①~⑤讲解制作店招的操作步骤。  **（2）店招的上传**  教师结合步骤1至步骤3，以及图“6-1-40 上传店招”和图“6-1-41 替换店照图片”进行教学。 | 根据拟定的任务路线展开任务实施，教学路线清晰，教学内容明确，帮助学生很好地掌握知识，同时锻炼有条理地处理问题的能力。  教师详细讲解操作步骤，直观演示操作过程，帮助学生学会实际操作，提升学生理论联系实际的能力。  教师讲解与图示教学相结合，直观展示操作界面，让学生真正学会操作。 |
| 任务延伸 | 1.店铺名称的修改，需要在计算机终端的装修页面完成，请在计算机终端对网店名称进行修改。  2.店铺分类需要在计算机终端的装修页面完成，请先进行策划，对即将销售的商品进行商品分类。  3.完成了手机终端的网店装修后，请进行电脑端的个人网店装修。  4.对手机终端店铺装修与电脑端店铺装修进行比较，其区别有哪些？ | 通过任务延伸，让学生根据思考题目自己思考与操作，有助于学生巩固所学知识，帮助学生真正学会运用所学知识处理实际问题。 |
| **任务4　网店的运营维护** | | |
| **教学过程** | | |
| **教学环节** | **教学设计** | **设计意图** |
| 任务描述 | 消费者在网购时，对商品的了解主要来自商品图片和详情页文案。因此，要想让消费者知晓我们的店铺，并对我们的商品产生兴趣和信任，进而下单，做好网店的运营就显得至关重要。开店容易，维护难，一家淘宝店铺想要长久运营下去，就必须做好淘宝店铺日常的运营工作。 | 直观描述内容，明确教学内容，帮助学生抓住重点。 |
| 任务分析 | 个人网店的运营主要包括商品拍摄、主辅图及详情页制作、商品的发布、商品优化、营销推广、售后服务以及数据分析等环节。  首先是拍摄商品图片，制作美观且有营销意味的主图、辅图，吸引消费者点击浏览商品页面。在详情页设计方面，将营销活动、商品卖点等文案融入其中，以更好地增强消费者信心，促进下单。然后，将准备好的图片和文字等资料，着手在平台上发布商品，一件一件地发布商品。完成商品发布后，需要对所发布的商品进行优化，提高商品信息质量，获得平台的推荐。随后开展营销推广活动，提高店铺的知名度，增加商品销售量。店铺进入日常的销售阶段以后，及时处理订单，提高客户的体验感。通过对经营数据的观察对比、数据诊断，实时优化网店经营活动。任务路线如图6-1-43所示。 | 理清思路，养成学生有条理、合逻辑地开展工作的习惯，培养学生严谨细实的职业素养。 |
| 任务准备 | **1.商品拍摄器材选择**  **（1）数码相机**  教师引导学生认识数码相机：数码相机是商品拍摄的必备工具，数码相机的性能直接影响商品的拍摄质量。  结合表“6-1-7 数码相机”讲解数码相机的类型及特点。  **（2）三脚架**  教师讲解：三脚架的主要作用是稳定照相机，以达到某些摄影效果，如图“6-1-44 三脚架”所示。最常见的三脚架就是在长曝光中使用的三脚架，用户如果要拍摄夜景或者带涌动轨迹的图片，曝光时间需要加长，这时数码相机不能抖动，就需要三脚架的帮助。  **（3）摄影棚（台）**  教师讲解：商品拍摄时，拍摄小件商品，光线均匀柔和，一般采用便捷式摄影棚；对于大件商品或者模特的拍摄，使用静物台或者辅助物品，可配置复杂的布光方式，充分展现商品的立体感，如图“6-1-45 摄影棚”所示。   1. **灯光设备**   教师讲解灯光设备的类型：  ①闪光灯。结合图“6-1-46 闪光灯”进行教学。  ②反光板。结合图“6-1-47 反光板”进行教学。  **2.商品拍摄技巧**  **（1）布光**  教师讲解布光的类型：  ①正面两侧布光。结合图“6-1-48 正面两侧45°角布光”进行教学。  ②前后交叉布光。结合图“6-1-49 前后交叉布光”进行教学。  ③后方布光。结合图“6-1-50 后方布光”进行教学。  ④顶部45°角布光。结合图“6-1-51 顶部45°角布光”进行教学。  **（2）构图**  教师讲解主要的构图方式：三分法（九宫格)、均分法、三角形构图法、对角线构图法等。  教师讲解构图的方法：构图时要根据实际情况来灵活运用构图方法，可以是单一构图，也可以是多种构图的结合。良好的构图方式会给消费者以美和专业的感受，以良好的视觉效果加深对商品的印象。  **3.商品标题的撰写**  教师讲解商品标题的撰写：撰写出合适的标题不仅能向买家介绍商品的特征、传达商品的有效信息，还能提升商品搜索排名和浏览量，为此需要基于平台规则，不断优化关键词，进行标题选词。不同平台对标题的字符限制有所不同。  教师以淘宝平台为例讲解商品标题的撰写。  **4.淘宝平台商品上下架**  **（1）规定**  教师讲解：商品在淘宝上架后需要选择7天或14天的重复下架和上架周期，简单来说是指店铺的商品在第一次上架出售后的7天或14天后有一个虚拟的下架然后自动上架的过程。它只是虚拟下架，店铺的商品其实还在出售中，这跟实际下架商品是有区别的。  **（2）规则**  教师讲解：越接近下架时间，商品排名越靠前，会得到更多的展现机会。  **（3）技巧**  教师结合①~③进行教学。  **5.商品优化工具**  教师引导学生认识商品优化工具：商品优化工具是淘宝平台为商家在售商品信息提出问题诊断和优化意见的智慧型工具，智能高效帮助卖家从标题、属性、主图、详情、视频等方面提升商品信息质量，使得商品被更多消费者看见，吸引便多消费者点击和下单。  教师讲解：淘宝优化工具对商品信息进行质量检测，归纳为五方面的问题类型：影响搜索效率、影响成交转化、渠道展示机会受限、首猜机会商品和视频优化。其中，首猜机会商品，又称“猜你喜欢机会商品”，指的是系统根据商品基础信息，有机会推荐到手淘首页展现获得流量与曝光。  小提示：优化工具提供的是优化建议，没有强制要求。但是优化商品信息则能提高店铺商品的流量与转化率。  **6.营销推广**  **（1）平台活动**  教师讲解：电商平台本身会提供许多帮助卖家进行营销的增值服务。例如，淘宝网提供了直通车、淘宝客、钻石展位、淘宝旺铺、抵价券等营销服务。但是，这些增值服务都是付费的，且具有一定的门槛，因此，并不建议从未开过网店的新手在刚开通网店的时候就花钱使用这些增值服务。  教师补充讲解：作为新店，我们可以参加一部分门槛较低的平台的跨店促销，如最常见的跨店满减、赠券。我们还可以利用平台规则，优化推广商品的标题，提高商品展现的概率。  **（2）店铺活动**  教师讲解店铺活动的形式：店铺优惠券、满立减、店铺红包、搭配套餐、会员促销、秒杀、买二送一等，卖家可以根据需要选择营销方式。  **（3）新媒体营销推广**  教师讲解新媒体营销推广的方式：各种平台的直播带货、抖音短视频、快手小视频、火山小视频等推广方式。此外，还有社群营销、朋友圈营销等多种营销方式。  **7.网店数据分析**  教师指导：网店已经开起来了，网店经营者很想知道到底有多少人浏览了网店，都是哪里的人，他们在网店看了哪些商品，商品的成交情况怎样，有回头客吗？网店数据分析与诊断就是对网店访客数量、访客来源、访客结构、访客行为、店铺顾客的跟踪、成交订单金额、店铺成交转化率和收藏率等进行分析与诊断，并据此对店铺进行优化。  教师讲解提升转化率的技巧：一是从经营商品特点优化店铺整体装修风格；二是采用促销折扣搭配技巧；三是活用商品展示技巧；四是运用微博、即时通讯工具、微信等外部推广工具；五是优化商品描述页。 | 以表格的形式总结知识点，可以帮助学生通过对比，加强对知识点的理解。  用图片直观展示三脚架和摄影棚，补充学生的认知。  图片呈现讲解内容，更为直观。  教学构图方法，提高学生的审美能力与职业素养。  教师详细讲解淘宝商品上下架的规定、规则与技巧，真正提高学生的职业能力和水平。  “小提示”提示学生掌握“优化工具”的运用，帮助学生灵活运营工具。  书本知识讲解与教师建议相结合，提高学生的实际应用能力。  通过问题引出知识点，更有针对性，帮助学生优化实际运用。 |
| 任务实施 | 成员按照拟定的任务线路实施任务。  **1.商品拍摄**  **（1）撰写拍摄脚本**  结合表“6-1-8 商品拍摄脚本”进行教学。  **（2）准备器材**  调整机位和参数并进行多次试拍。  **（3）选择最佳照片**  结合图“6-1-52 样图造型商品拍照参考”进行教学。  **2.主辅图制作**  **（1）主图的制作**  结合①~⑧与图“6-1-53 彩色铅笔主图”讲解制作主图的详细操作步骤。  **（2）辅图的制作**  结合①~⑥与图“6-1-54 彩色铅笔辅图”讲解制作辅图的详细操作步骤。  **3.详情页制作**  **（1）详情页海报的制作**  结合①~⑤与图“6-1-55 商品宣传海报”讲解制作详情页的详细操作步骤。  **（2）商品属性图的制作**  结合①~⑥与图“6-1-56 商品属性图”讲解制作商品属性图的详细操作步骤。  **（3）商品细节图的制作**  结合①~⑤与图“6-1-57 商品细节图”讲解制作商品细节图的详细操作步骤。  **（4）物流配送及售后图的制作**  结合①~④与图“6-1-58 支付售后图”讲解制作售后图的详细操作步骤。  **4.商品的发布**  （1）上传商品信息。  ①进入“千牛卖家中心–发布宝贝”。结合图“6-1-59 发布宝贝”进行教学。  ②上传商品图片，填写条形码和类目。结合图“6-1-60 上传商品图片与选择发布类目”进行教学。  ③完善商品信息。结合图“6-1-61 完善商品信息”进行教学。  ④网店物流信息可以存为模板，下次再发布商品时就可以使用模板信息快速填充。结合图“6-1-62 保存为物流模板”进行教学。  **（2）规划商品上架时间**  教师讲解：填充完商品图片及详情描述后，按照平台上下架规则，合理规划商品的上下架时间，通常在网店浏览高峰期进行商品上架，以增加商品排名靠前时的展现概率。完成上述项目后，商品便成功发布。  教师说明：还未开放智能发布功能的部分类目，需要自行填写上述项目。  **5.商品优化**  教师讲解：卖家查看已发布的商品信息，方法有许多，在登录淘宝网之后，可以在千牛卖家工作台，从顶部“千牛卖家中心-出售中的宝贝”，也可以从左侧菜单栏“宝贝管理–出售中的宝贝”，进入商品信息列表，如图“6-1-63 出售中的商品”所示。  结合图“6-1-64 商品优化建议列表”、图“6-1-56 商品诊断结果”、图“6-1-57 系统对优化结果进行再次检测”和图“6-1-58 商品优化后”教学商品优化的具体操作步骤。  **6.营销推广**  教师导入情景：学习了网店运营推广的相关知识后，为了打开销量，小小团队着手策划店铺的营销推广活动。考虑到目前店铺还在起步阶段，小小团队决定采用满减优惠券的方式进行新店的促销。优惠券设计见表“6-1-9 优百惠优惠券设计表”。  教师讲解：最后，进入“千牛卖家中心-店铺营销工具”进行优惠券设置，如图“6-1-69 优惠券设置”所示。  **7.订单处理**  **（1）查询订单**  打开顶端菜单“千牛卖家中心-已卖出的宝贝”，在“千牛卖家工作台”左侧功能区的交易管理板块中，选择“已卖出的宝贝”，右下角列出商品交易订单列表。  结合图“6-1-70 交易订单列表”进行教学。  **（2）订单处理**  教师结合图“6-1-71 不同交易状态的处理方式”进行教学。  **（3）发货**  教师讲解：通过物流公司上门取件,填写快递单，并单击“确认发货”按钮，选择对应的快递公司，填写运单号。在卖家发货后，买家可查询物流信息。订单状态改为“已发货”，卖家可查询物流信息，如图“6-1-72 卖家确认发货”所示。  **（4）确认收货**  买家在收到货物后，即可在移动端或者计算机终端“确认收货”，如图“6-1-73 买家在移动端确认收货”所示。  **（5）交易评价**  结合图“6-1-74 交易评价”讲解评分标准。  **8.销售数据分析**  **（1）店内数据分析**  教师讲解操作步骤：打开千牛卖家工作台顶端菜单的“数据-生意参谋”，生意参谋提供了店铺数据看板、实时直播、数据作战室、流量分析、交易概况、商品排行、营销和物流等功能板块，如图“6-1-75 生意参谋”所示。  教师补充：单击上部的“流量”选项，卖家通过“流量总览”看板可以查看与分析店铺的流量总览、流量趋势、流量来源排行、访客行为和访客特征等，如图“6-1-76 ‘流量总览’看板”所示。  **（2）行业数据分析**  教师讲解：开设网店进行数据分析，既要分析店内数据，也要对行业数据有所掌握。要想了解淘宝平台中哪个类目好卖、哪个产品好卖，就需要通过行业洞察来了解整个行业在过去几年的发展趋势，从而为自己的选择提供有效的依据。 | 根据拟定的任务路线展开任务实施，教学路线清晰，教学内容明确，帮助学生很好地掌握知识，同时锻炼有条理地处理问题的能力。  教师详细讲解操作步骤，直观演示操作过程，帮助学生学会实际操作，提升学生理论联系实际的能力。  教师讲解与图示教学相结合，直观展示操作界面，让学生真正学会操作。  教师详细讲解操作步骤，直观演示操作过程，帮助学生学会实际操作，提升学生理论联系实际的能力。  展示真实的操作界面，让知识讲解落实到实际操作上，更有利于学生的理解。 |
| 项目分享 | 方案1：各工作团队展示交流项目，谈谈自己的心得体会，并选派代表分享交流。  方案2：由学生代表与指导教师组成项目评审组，各工作团队制作汇报材料并进行答辩。 | 团队协作交流、分享自己的体会，增强学生的团队精神。汇报工作与答辩能够锻炼学生的思维与口才，帮助学生深化知识。 |
| 项目评价 | 请根据项目完成情况填涂表6-1-10完成项目评价。 | 自我评价，找出学习薄弱的地方，继续巩固。 |
| 项目总结 | 本专题以行动导向任务驱动为主要形式，基于典型的电商平台，主要内容为：个人网店的策划、网店的开设、网店的装修与美化、网店的运营维护。在个人网店的策划任务中完成店铺主营商品类别的选择、网店的定位、电商平台的选择等；在网店的开设任务中完成个人网店的申请开设及基本设置；在网店的装修与美化任务中根据网店定位进行店铺装修，完成店标、店招、轮播广告的制作；在网店的运营维护任务中介绍了基本的商品拍摄、主辅图与详情页的制作，完成商品的发布，并进行网店的订单处理及销售数据分析。 | 通过项目总结，提炼课程的要点，帮助学生明确教学内容，同时还能帮助学生巩固所学知识，查补缺漏，培养学生严谨治学、踏实认真的品质。 |
| 项目拓展 | 项目名称：**文创产品个人网店的开设**  **1.项目背景**  党的十九大报告提出，实施区域协调发展战略，建立更加有效的区域协调发展新机制。某地区政府充分立足于全区交通条件便利、发展空间较大、文旅资源富集、生态本底良好等区情实际，计划提出打造“文旅龙山”，不断实现自身的产业转型升级，并将重点打造“文旅龙山”区域品牌，统筹布局6大产业功能区。其中在龙景片区，集聚发展文化传媒、音乐影视等文创产业，加快建设东郊文化创意集聚区，着力打造“文创之心、创客乐园”。中共中央办公厅、国务院办公厅印发《中国传统工艺振兴计划》等文件，强调了实施传统工艺振兴计划，强化国人文化自信，实现传统文化振兴。某文创产品公司将依托“文旅龙山”的区域背景优势，开设一家文创产品个人网店，传承和保护非遗文化。  小小团队对相关网络市场开展调研，对行业类目竞品也进行了对比分析，对网络市场进行了细分，从消费心理特征方面对客户群体进行画像，并在此基础上对网店进行整体规划，梳理货源渠道，锁定网络细分市场、目标客户群体和店铺主营商品类目，做好开店准备工作。  **2.预期目标**  1)根据项目背景完成市场调研工作。  2)针对龙山文化旅游特色选好主营的产品。  3）做好目标客户画像工作。  4）确定合适的电商平台进驻。  **3.项目资讯**  （1）什么是市场调研？  （2）主流电商平台的优势和劣势是什么?  **4.项目计划**  绘制项目计划思维导图。  **5.项目实施**  任务1：网络市场调研   1. 市场调研目标的确定。 2. 调研问卷的设计。 3. 调研问卷的发布。   任务2：主营产品的选择   1. 对龙山文化旅游产品进行分析。   2）选出合适的文化旅游产品。  任务3：目标客户群体画像及电商平台的选择  l)根据前期调研结果制作目标客户群体画像。  2）结合目标客户群体画像和主营产品确定合适的电商平台。  **6.项目总结**  **（1）过程记录**  记录项目实施过程中的各种情况，为工作总结提供依据，如表格不够，可自行加页。    **（2）工作总结**  从整体工作情况、工作内容、反思与改进等几个方面进行总结。  **7.项目评价** | 通过项目拓展板块，让学生根据项目自己操作设计，有助于学生巩固所学知识，帮助学生真正学会运用所学知识处理实际问题，实现课堂知识与岗位职业需求的对接，增强学生的职业竞争力。 |
| 教学反思 | | |
|  | | |