

## 电子商务专业实训指导书

序号	课程名称	序号	课程名称
1	电商网店客服实战	15	市场营销实务
2	电商新媒体技术	16	搜索引擎优化（SEO）
3	电商营销手段及技能	17	网络编辑实务
4	电商运营及分析企业实战	18	网络营销实务
5	电商运营及分析实战	19	电商网店装修
6	电商运营推广（B店）	20	电商项目开发基本技能
7	电商运营推广实训（C店）	21	电商直播运营
8	电商直播技术	22	电商装修及美工实战
9	电商综合技能辅导	23	短视频营销实务
10	电子商务实务	24	商务数据分析与应用
11	短视频营销实务	25	网页设计与制作（HTML5+CSS3）
12	平面美工设计（PS）	26	电商经营综合实训（C店）+（B店）
13	商品摄影技术	27	网店运营与管理
14	商务谈判技能		

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	《电商网店客服实战》
制    定    人:	顾金微
实训周(次)学时:	4
实训周(次)数:	10(第1周至第10周内安排)
实训总学时:	40
教研室审批:	高进锋
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一、初体验-设计促销策略 .....	3
项目二、磨刀不误砍柴工-线上商家客服调查 .....	5
项目三、接单-商品推荐技巧 FABE .....	8
项目四、协助处理-售前客服销售技巧应用 .....	10
项目五、让消费者满意-产品卖点设计 .....	11
项目六、建立长期合作-商品物流管理 .....	14
项目七、打造金牌客服-评价管理、投诉处理 .....	15
项目八、效率手册-VIP 买家的设置 .....	18
项目九、综合实训-（客服管理）1-2 .....	20

# 项目一、初体验-设计促销策略

## 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；根据网店服务要求，设计合适的促销策略。

## 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、赠送类促销设计
- 2、组合促销策略设计
- 3、定价促销设计
- 4、附加促销设计
- 5、回报促销设计
- 6、奖励促销设计

## 三、背景知识

促销的内涵，促销的策略，促销常见的方式。

## 四、实训工具与设备

电脑、互联网

## 五、实训步骤、内容及学时

- 1、4 学时
- 2、实训情景模拟及分析

(1) 如图下图所示为两位客服人员不同的进门问好方式分析两位客服的接待态度，与其造成的后果。



(2) 如图下图所示为客户反馈物流的案例，客服人员的工作到位吗？应该怎样改进？



### 3、实训内容

赠送类促销设计：在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

组合促销策略设计

定价促销设计

附加促销设计

回报促销设计

奖励促销设计

### 4、实训步骤

序号	项目步骤	记录
1	选择产品	
2	赠送类促销设计	
3	组合促销策略设计	
4	定价促销设计	
5	附加促销设计	
6	回报促销设计	
7	奖励促销设计	

## 六、考核或评价标准

每个项目根据完成优、良、中、差四种等级记进行评分。优 9-10，良 7-8，

中 5-6，差 4 分以下。

序号	项目	分值
1	选择产品	
2	赠送类促销设计	
3	组合促销策略设计	
4	定价促销设计	
5	附加促销设计	
6	回报促销设计	
7	奖励促销设计	

## 项目二、磨刀不误砍柴工-线上商家客服调查

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；通过对网店客服服务调查，分析市场上客服的技巧，并进行学习。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、选择三家店铺
- 2、根据店铺产品，咨询客服
- 3、记录交流过程
- 3、对交流过程进行评价，总结。

### 三、背景知识

客服售前流程

### 四、实训工具与设备

手机、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、4 学时
- 2、实训情景模拟及分析
  - (1) 如图下图所示为一个爱美心理的客户与客服的对话案例，分析客服人

## 员的回复

是否恰当，若不恰当，应该从哪些方面进行改进。



(2) 如图下图所示为买家与客服人员的对话场景，分析买家的消费心理与客服人员的应对方式。

(3) 如图下图所示为买家与客服人员对话场景，分析买家的购物心理，判断买家属于哪种类型的购物人群，并分析客服人员的回复是否合适。





### 3、实训内容

选择三家店铺

根据店铺产品，咨询客服

记录交流过程

对交流过程进行评价，总结。

### 4、实训步骤

序号	步骤	记录
1	选择店铺	
2	咨询客服	
3	记录交流过程	
4	分析总结	

## 六、考核或评价标准

每个项目根据完成优、良、中、差四种等级记进行评分。

序号	项目	分值
1	选择店铺	20
2	咨询客服	20
3	记录交流过程	20
4	分析总结	20

# 项目三、接单-商品推荐技巧 FABE

## 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；学习 FABE 基本理论，并运用到店铺客服中去。

## 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、FABE 具体内容分析
- 2、选择熟悉的产品，撰写 FABE 说词
- 3、利用 FABE 进行产品介绍

## 三、背景知识

FABE 原理

## 四、实训工具与设备

电脑、互联网

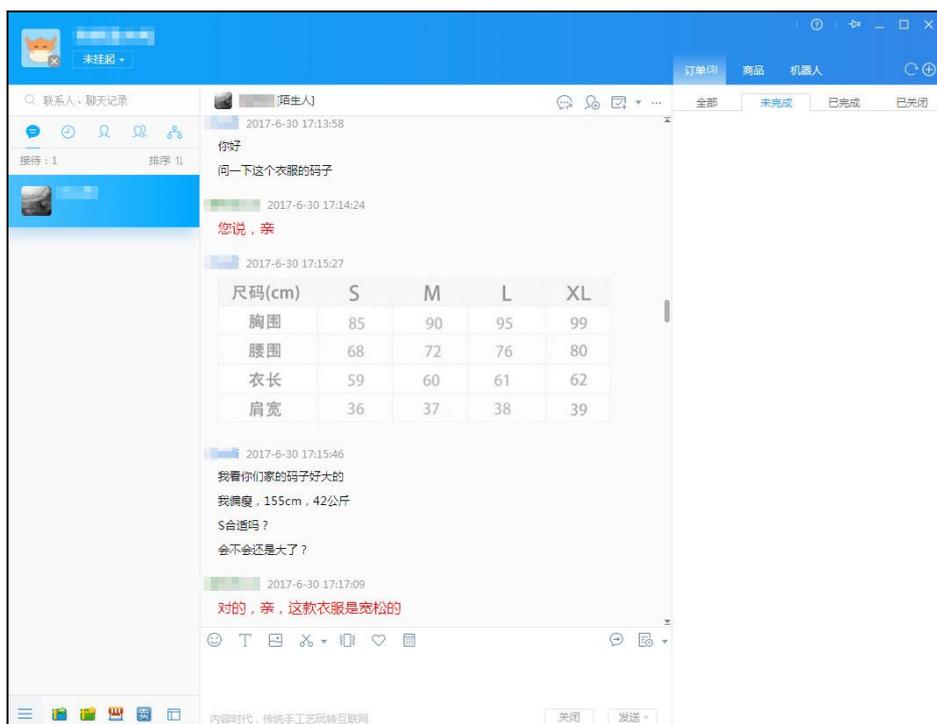
## 五、实训步骤、内容及学时

- 1、4 学时
- 2、实训情景模拟及分析

(1) 如下图所示为客服推荐产品的案例，分析售前客服的用语是否妥当？应用了文中讲的那些方法和技巧？



(2) 下图所示为一则客服与买家的对话，从对话中判断客服的处理方法是否恰当？若不恰当，其原因是什么？应该怎么进行改进？



### 3、实训内容

FABE 具体内容分析

选择熟悉的产品，撰写 FABE 说词

利用 FABE 进行产品介绍

### 4、实训步骤

序号	步骤	
1	FABE 具体内容分析	
2	选择熟悉的产品，撰写 FABE 说词	
3	利用 FABE 进行产品介绍	

### 六、考核或评价标准

序号	评分项目	分值
1	FABE 具体内容分析	25
2	选择熟悉的产品，撰写 FABE 说词	25
3	利用 FABE 进行产品介绍	50

## 项目四、协助处理-售前客服销售技巧应用

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网店客服沟通的需要，实施售前客服的相关销售技巧。

### 二、项目（实训）中的具体任务

实施沟通

消除买家疑虑

激发买家成交欲望

### 三、背景知识

沟通中倾听的技巧，建设性反馈技巧

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、4 学时

2、实训情景模拟及分析

(1) 如下图所示为一则客服与买家确认订单信息的案例，分析客服确认操作是否正确。



(2) 若你所在店铺遭遇了买家的中差评，并且通过与买家交流后，买家不退换货，执意要你补偿，你如何处理？

(3) 面对同行竞争，要怎么回应同行的中差评？试举例进行说明。

### 3、实训内容

实施沟通

消除买家疑虑

激发买家成交欲望

### 4、实训步骤

序号	步骤	
1	实施沟通	
2	消除买家疑虑	
3	激发买家成交欲望	
4	形成实施报告	

## 六、考核或评价标准

序号	步骤	分值
1	实施沟通	20
2	消除买家疑虑	20
3	激发买家成交欲望	20
4	形成实施报告	40

## 项目五、让消费者满意-产品卖点设计

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能在网店售前客服环节，设计并阐述卖点，激发买家的购买欲望。

### 二、项目（实训）中的具体任务

选择产品

提炼卖点

进行卖点设计展示

### 三、背景知识

独特卖点设计思路：卖点的清晰表述、卖点的唯一性、卖点的影响力  
可以从产品层面、品牌层面、观念层面进行设计

### 四、实训工具与设备

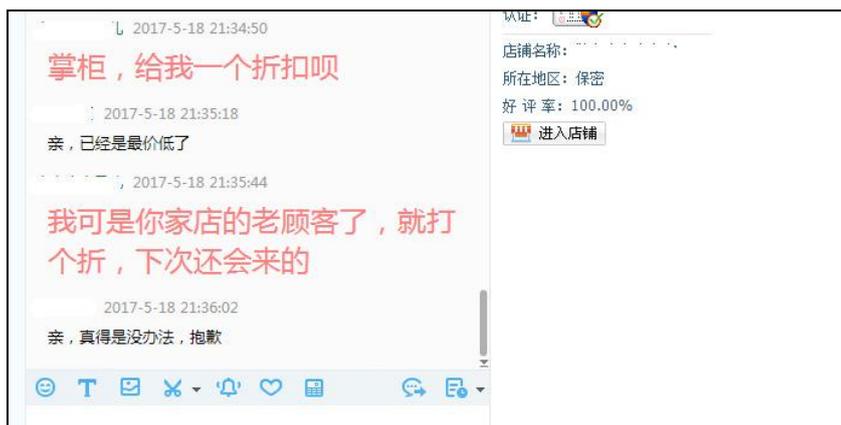
电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

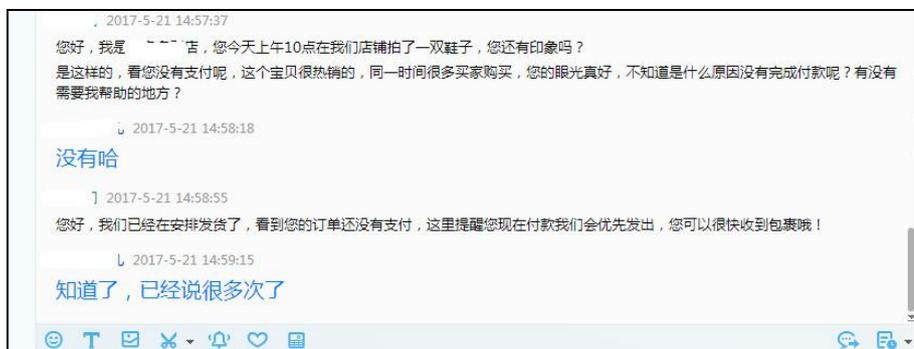
#### 1、 4 学时

#### 2、实训情景模拟及分析

(1) 如下图所示为客服对话场景，分析客服面对讲价的客户所用的销售技能是否恰当，如有不当该如何改正？



(2) 如图 5-30 所示为客服催付的场景，分析客服的催付技能是否恰当，如有不当该如何改正？



(3) 如下图所示为客服对话的场景，分析客服从哪些方面进行了买家疑难解答，销售术语是否恰当。



### 3、实训内容

选择产品

提炼卖点

进行卖点设计展示

### 4、实训步骤

序号	步骤	
1	选择熟悉的产品	
2	卖点文案设计	
3	产品卖点文案展示	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
----	----	----

1	选择熟悉的产品	20
2	卖点文案设计	20
3	产品卖点文案展示	60

## 项目六、建立长期合作-商品物流管理

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能在客服课程中为客户提供专业的物流咨询及服务。

### 二、项目（实训）中的具体任务

物流公司的比较与选择

商品的包装、发货

商品物流信息服务

物流公司服务水平调查报告

### 三、背景知识

各种物流公司的优缺点、费用

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、4 学时

2、实训情景模拟及分析

（1）通过阿里旺旺新建一个名为“优质客户”的群，然后将有价值的老客户添加到

这个新建群中。

（2）申请一个 QQ 群，将已经告知 QQ 号码的老客户全部添加到该群中。

（3）使用微信平台为自己的网店开通一个微信公众号。

3、实训内容

物流公司的比较与选择

商品的包装、发货

商品物流信息服务

物流公司服务水平调查报告

#### 4、实训步骤

序号	步骤	
1	物流公司的比较与选择	
2	商品的包装、发货	
3	商品物流信息服务	
4	物流公司服务水平调查报告	

#### 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	物流公司的比较与选择	10
2	商品的包装、发货	10
3	商品物流信息服务	20
4	物流公司服务水平调查报告	60

## 项目七、打造金牌客服-评价管理、投诉处理

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网店经营需要，对评价进行妥善管理。

## 二、项目（实训）中的具体任务

回复客户的评价

询问买家商品使用的效果

应对交易纠纷:解决买家投诉

## 三、背景知识

不同交易纠纷的处理方法

## 四、实训工具与设备

电脑、互联网

## 五、实训步骤、内容及学时

1、4 学时

2、实训情景模拟及分析

(1) 如果买家对收到的货物不满意，希望退货的，买家应该在哪里申请退货？

(2) 买家支付订单时，选择用支付宝支付的，后期产生退款时，当卖家同意退款后买家应该在哪里查找退款？

(3) 收到商品确认付款后，在哪里可以对交易成功的订单进行评价呢？

(4) 买家拍下宝贝后多久没有付款系统自动关闭订单？

(5) 店铺评分项目包含哪几个内容？

(6) 修改差评的时间点是何时？

(7) 通过淘宝搜索一家女装店，如图所示，花 10 分钟熟悉该店铺以及产品，并回答以下问题。

①逐一说出这个宝贝的属性。

②请至少说出 5 个可以修饰这个宝贝的词组。

③例如：我的身高是 160、体重 100，可以推荐什么尺码呢？



### 3、实训内容

回复客户的评价

询问买家商品使用的效果

应对交易纠纷:解决买家投诉

### 4、实训步骤

序号	步骤	
1	回复客户的评价	
2	询问买家商品使用的效果	
3	应对交易纠纷:解决买家投诉	

## 六、考核或评价标准

序号	步骤	分值
1	回复客户的评价	10
2	询问买家商品使用的效果	10
3	应对交易纠纷:解决买家投诉	20
4	客户满意度评价	60

## 项目八、效率手册-VIP 买家的设置

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能通过对交易数据的分析，通过 RFM 模型找出不同价值的客户，并进行分类制定服务策略。

### 二、项目（实训）中的具体任务

获取网店经营数据

完成所需使用的函数操作

制定评分标准

根据 RFM 模型进行分类

根据分类确定客户的价值

制定客户服务策略

### 三、背景知识

RFM 模型、EXCEL 常用函数

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、4 学时

2、实训情景模拟及分析

（1）客户求新心理的表现形式是什么？

（2）挖掘客户的购物需求有哪几种方法？

（3）简述客户类型，请至少说出 5 种。

（4）如图所示为售前客服对尺寸和包邮问题的回复，看客服的回复是否有误，如何有误，请作出正确的回复。



(5) 请给自己的店铺创建一个“满就送”促销活动，活动条件为普通优惠、消费满 200 元立即 10 元、包邮。

(6) 根据自己的店铺需要，自行创建一个“店铺优惠券”促销活动，然后将链接复制给好友。

(7) 创建一个“搭配套餐”促销活动，参与活动的商品只选 3 种，折扣均设置为 9 折，其他条件根据需要自行设置。

(8) 下面我们将通过如图 4-47 所示的客服对话场景，来分析客服所用的销售技能是否恰当，如有不当该如何更正？



### 3、实训内容

获取网店经营数据

完成所需使用的函数操作

制定评分标准

根据 RFM 模型进行分类

根据分类确定客户的价值

制定客户服务策略

#### 4、实训步骤

序号	步骤	
1	设置客户交易数据	
2	设置得分标准	
3	计算 R 值	
4	计算 F 值	
5	计算 M 值	
6	客服价值分类	

#### 六、考核或评价标准

序号	步骤	分值
1	设置客户交易数据	10
2	设置得分标准	10
3	计算 R 值	20
4	计算 F 值	20
5	计算 M 值	20
6	客服价值分类	20

## 项目九 综合实训（客服管理 1—认识电子邮件营销）

### 一、实训目标

通过本次实训，培养学生的职业道德及敬业精神，了解 Email 在客户管理中

的作用,掌握网站 FAQ 设计与管理技巧及数据库技术在网络客户管理的应用及应对策略。

## 二、项目（实训）中具体任务

认识 Email 在客户管理中的作用

掌握网站 FAQ 设计与管理技巧

熟悉在线客服系统

## 三、背景知识

数据库技术在网络客户管理

## 四、实训工具与设备

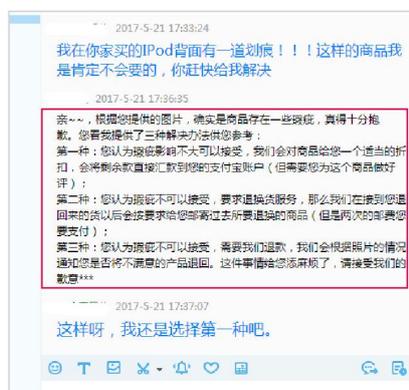
电脑、互联网

## 五、实训步骤、内容及学时

1、4 学时

2、实训情景模拟及分析

(1) 如图所示为售后客服处理退货、退款案例,通过该案例分析售后客服的处理是否妥当。



案例1: 商口瑕疵处理场景



案例2: 商品退款处理场景

(2) 如图所示为售后客服处理退货、退款案例,分析该案例中售后客服的处理是否妥当。



### 3、实训内容及步骤

#### Email 在客户关系管理中的作用

- (1) 企业利用许可 Email 营销开发客户资源。
- (2) 企业利用许可 Email 营销留住客户。
- (3) 企业利用许可 Email 营销培养客户的忠诚度。
- (4) 企业利用许可 Email 营销创造客户价值。

#### 客户 Email 的管理

- (1) 客户 Email 管理的目标
- (2) 客户 Email 管理的主要内容
  - ① 安排邮件的通路
  - ② 邮件阅读和分检
  - ③ 迅速回复
  - ④ 及时归档
- (3) 客户 Email 的分类管理
  - ① 将 Email 按服务部门分类
  - ② 将 Email 按紧急程度分类
    - 给企业提出宝贵建议的电子邮件
    - 普通紧急程度的电子邮件
    - 特殊问题的电子邮件
    - 重要问题的电子邮件
    - 紧急情况的电子邮件

(4) 采用计算制程序, 实现自动答复

以网易 (www.163.com) 的免费邮箱为例, 说明如何设置邮箱的自动回复功能

Email 客户关系管理存在的主要问题

- (1) 垃圾邮件问题
- (2) 回复问题
- (3) 个性化服务问题
- (4) 隐私问题

## 六、考核或评价标准

序号	考核目标	考核指标	分值
1	知识目标 (30%)	1.理解 Email 营销的目标 2.理解 Email 营销的优缺点	30
2	能力目标 (40%)	1.掌握 Email 营销的操作步骤 2. 掌握网站 FAQ 设计与管理技巧	40
3	素质目标 (30%)	1.电子邮件营销目标 2.电子邮件营销的基本原则	30

## 项目九 综合实训 (客服管理 2—网站 FAQ 的设计与管理)

### 一、实训目标

通过本次实训, 培养学生的职业道德及敬业精神, 了解 FAQ 在客户管理中的作用, 掌握 FAQ 设计与管理技巧及访问量或点击率统计分析。

### 二、项目 (实训) 中具体任务

针对潜在客户设计的 FAQ

针对新客户设计的 FAQ

面向老客户设计的 FAQ

### 三、背景知识

FAQ 管理内容更新

访问量或点击率统计

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、4 学时

2、实训情景模拟及分析

(1) 在哪一个模块下可以查看客户的运营指数？

(2) 通过客户运营平台新建人群，具体要求为：人群名称“准妈妈群”，店铺会员等级“普通客户”，成功交易次数为 1 次。

(3) 查看“至尊 VIP 会员”的权益和交易额。

(4) 如何查看成交客户的详细信息？

(5) 通过阿里旺旺新建一个名为“优质客户”的群，然后将有价值的老客户添加到这个新建群中。

(6) 申请一个 QQ 群，将已经告知 QQ 号码的老客户全部添加到该群中。

(7) 使用微信平台为自己的网店开通一个微信公众号。

3、实训内容及步骤

(1) FAQ 页面的布局

FAQ 页面布局通常要注意以下几个方面的问题：

① 尽量减少图片、动画、按钮、广告条等网页元素，减少对客户的干扰。

② FAQ 页面布局设计还切忌将不同主题的所有问题流水账似的列在同一页上，问题显示务必设置顺序和分类。

③ 设计多个链接点，让客户快速地在页面中和页面之间方便的转移和切换。如“返回页首”、“上一页”、“下一页”等。

④ 页面中最好添加留言本或注册链接，便于提交意见和问题。

⑤ 最好将页面设置为静态 HTML 页面，其实在增加链接的同时起到类似网站地图的效果，便于搜索引擎收录。

## (2) FAQ 功能设计

### ① 保证 FAQ 的效用：

- 要经常更新问题，回答客户提出的一些热点问题；
- 问题应短小精悍，便于阅读，切忌一个提问中解决多个疑问；
- 对于提问频率高的常见问题，不宜用很长的文本文件；
- 产品或服务有变化后，问题也应该及时更新。

### ② 使得 FAQ 简单易寻

- 提供搜索功能，让客户通过输入关键词迅速查找问题和答案；
- 问题较多时，可以采用分层目录式的结构来组织问题的解答，但目录层次不能太多，一般不要超过 4 层；
- 设置热点问题列表，将最经常提问的问题入在最前面，其他问题可按一定规律排列，问题较多时可按字典顺序排列；
- 对于一些复杂的问题，可对答案中的关键词再设置超链接，便于了解一个问题的同时还可以方便地找到相关专题的问题。

### ③ 选择合理的 FAQ 格式

- 按业务流程分类
- 按产品或服务的关键词分类
- 按产品或服务使用功能分类
- 按照问题的特点来分类

### ④ 信息披露要适度

### ⑤ 参考竞争对手网站的设计

## 六、考核或评价标准

序号	考核目标	考核指标	分值
1	知识目标（30%）	1. 理解 Email 营销的意义； 2. 理解 Email 营销的步骤	30
2	能力目标（40%）	1. 掌握访问量或点击率的统计； 2. 掌握 FAQ 页面的布局的方	40

		法;	
3	素质目标 (30%)	1. Email 营销客户关系的维护; 2. Email 沟通技巧的学习	30

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	电商新媒体技术
制    定    人:	姚丹婷
实训周(次)学时:	2-4
实训周(次)数:	18 (第1周至第18周内安排)
实训总学时:	34
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训项目一：淘宝美工 .....	1
实训项目二：房地产广告 .....	5
实训项目三：海报制作 .....	8
实训项目四：PS 动画设计 .....	11
实训项目五：PR 遮罩处理二 .....	14
实训项目六：PR 视频特效二 .....	17
实训项目七：PR 字幕特效二 .....	20
实训项目八：PR 淘宝主图视频制作 .....	23
实训项目九：PR 淘宝详情视频制作 .....	27
实训项目十：PR 综合设计实例一 .....	31
实训项目十一：PR 综合设计实例二 .....	34
实训项目十二：PR 综合设计实例三 .....	37
实训项目十三：PR 综合设计实例四 .....	44
实训项目十四：PR 综合设计实例五 .....	48
实训项目十五：AE 文字特效 .....	51
实训项目十六：AE 光线特效 .....	55
实训项目十七：AE 影视特效之二 .....	59

## 实训项目一：淘宝美工

### 一、实训目标

- 1、能设计淘宝主图
- 2、能设计淘宝产品卖点提取模快图

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、淘宝主图设计
- 2、淘宝产品卖点提取模快图设计

### 三、背景知识

淘宝主图设计选取工具

文字工具形状工具图层样式

淘宝产品卖点提取模快图设计选取工具

剪切蒙版工具文字工具

路径应用

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的PC 机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、利用所提供的素材设计场景化淘宝主图，大小为 800\*800 像素，分辨率为 72 像素/英寸；效果如下图

**郑重承诺**  
**质量问题包退包换货**

**30**天

**赠**  
刀具两件套

**正品保障 全国联保 正规发票**

提醒:

先创建 800\*800 图形文件，并处理好背景布局和配色;

再从素材选取粘贴物件至不同图层，并作处理;

文字设计

2、淘宝产品卖点提取模快图设计

利用所提供的素材设计淘宝产品卖点提取模快图，大小为 790\*1240 像素，分辨率为 72 像素/英寸，效果如下:

## 桔色甜蜜又浪漫

甜甜的桔色，给人温暖的感觉，代表着浪漫，恋爱，是女性最喜爱的颜色

# SUMMER

夏日最时尚元素

## 双层雪纺&亮片

双层雪纺 打造宽松时尚大版范



提醒：

先创建 790\*1240 像素图形文件，背景设为白色；

再从素材选取粘贴对象至不同图层；

对产品的几个特色作剪贴蒙板处理；

最后文字设计，注意对齐处理。

3、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计淘宝主图 2、淘宝产品卖点提取模块图设计	80
总分		100

## 实训项目二：房地产广告

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、能按效果图设计房地产广告

### 二、项目（实训）中的具体任务

设计普赛家园房地产广告

### 三、背景知识

- 1、设计普赛家园房地产广告之背景

渐变工具

云彩滤镜

分层云彩滤镜

查找边缘滤镜

- 2、设计普赛家园房地产广告

渐变工具

蒙版工具

图层样式

透视变换

调整工具

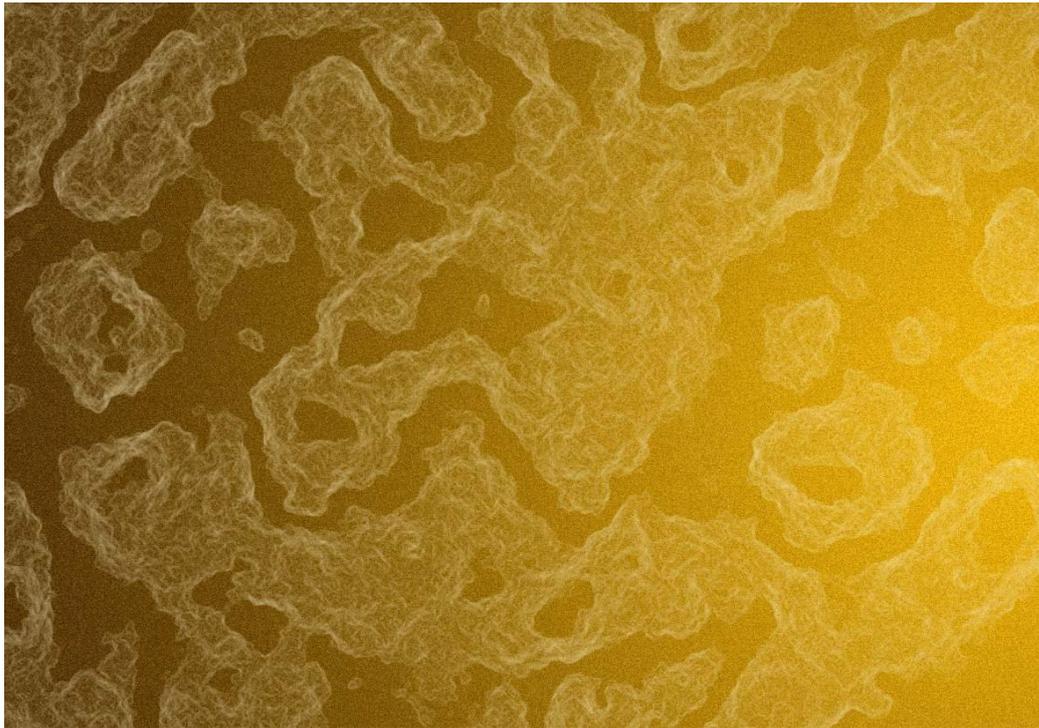
### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、设计房地产广告背景

新建大小为 10\*7cm, 分辨率为 300 像素/英寸的文件, 并通过渐变、通道新增、云彩滤镜、分层云彩滤镜、查找边缘设计背景, 效果如下图



2、设计房地产广告，通过蒙版、渐变等工具实现整体效果，如下图

普赛房产 **普赛家园 5.1折**  
花园式小区 回归自然的感觉!

■普赛家园位于北京海淀区白锥子，地理位置优越，交通方便。■总面积512000m<sup>2</sup>，■室内装修豪华，各个环节都精心设计，■室内采用国内一流装饰品，美观大方。■墙体采用NV材质，具有冬暖夏凉的好处。■物业部门服务周到，小区内保安24小时巡逻。

售楼热线：010-84946566      发展商：北京奥科圆房地产开发有限公司  
网址：www.lzcl1234163.com      邮箱：lzcl\_1234@163.com

效果图

3、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计房地产广告 2、设计的整体效果	80
总分		100

## 实训项目三：海报制作

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、设计基于某种主题的海报

### 二、项目（实训）中的具体任务

为学院新年晚会设计海报（或自定主题）

### 三、背景知识

- 1、海报文案一般包括：标题、正文、结尾三部分

标题：

直接采用“海报”做标题；

或根据活动内容拟定标题。

正文

必备内容 明确活动名称种类（电影、报告、比赛等）简要交代活动具体情况。比如，比赛的是什么球队；演出的是什么剧种；报告会的内容和报告人；展览的主题和内容等等。

辅助内容 交代举行活动的时间、地点、票价等。时间、地点要写得明白具体，准确清楚，切忌写出大概范围。比如，报告会只写×日而不写具体时间；地点只写大概位置而不写准确地点，必要时还要标出乘车路线。票价也要明确标出。

结尾

海报可以有结语，在正文之后另起一行，书写“欢迎参加”、“机不可失”等，也可没有。结语之后另起一行靠右下角写落款部分：举办单位名称；在名称下面一行，右下角书写海报的张贴日期。

例子：

足球友谊赛

大学生足球队——解放军足球队

对抗激烈 扣人心弦

时间：9月15日15时

地点：八一体育馆

门票：五元

×××市体育局 20

04年9月10日

2、要注意三大要素（文案、图案、色彩）的设计和处理

3、注意其大小和文件格式，是要粘贴的海报。

4、设计以简洁大气为好。

#### 四、实训工具与设备

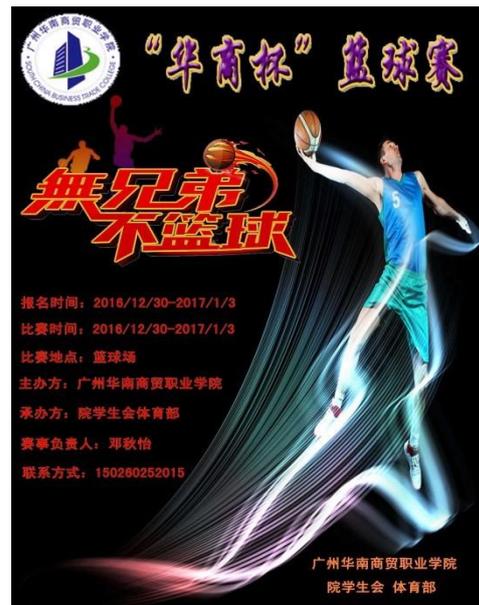
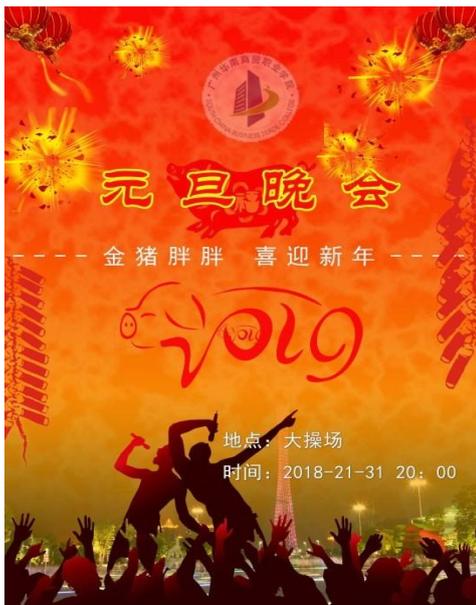
安装有 PhotoShop 软件的PC机

#### 五、实训步骤、内容及学时

1、为学院新年晚会设计海报

利用所提供的素材（或自己网上搜集）为学院元旦晚会设计海报，可参照以下海报。海报大小为 850\*1168mm，分辨率为 300 像素/英寸。

参考海报：



2、先创建 850\*1168mm，分辨率为 300 像素/英寸文件，设计背景



- 3、根据主题加入相关图片元素
- 4、加入文案，
- 5、浏览作品并作修改完善，最后完成作品并保存
- 6、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计某一主题的海报 2、设计的整体效果	80
总分		100

## 实训项目四：PS 动画设计

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、能利用时间轴等工具合成动画

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用画笔工具制作闪烁效果



- 2、利用素材制作文字动画效果



### 三、背景知识

- 1、利用画笔工具制作闪烁效果

画笔工具

画笔添加

画笔设置

时间轴图层设置

2、利用素材制作文字动画效果

文字工具

图层样式

时间轴图层设置

## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、利用画笔工具制作闪烁效果，效果如效果样图、先制作两个图层的星点效果



2、利用时间轴设置帧的不同时间产生动画

提示：先利用画笔设置两幅繁星图片，然后利用时间轴设置闪烁效果。

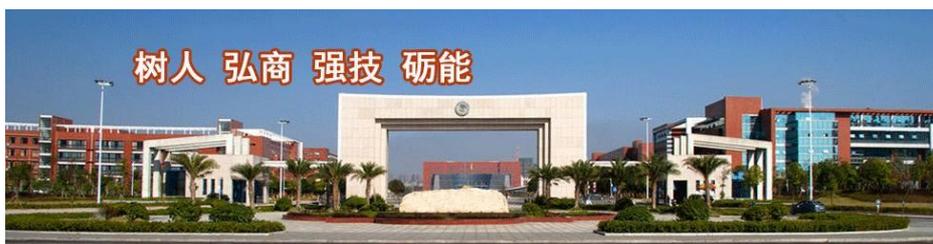


2、利用素材制作文字效果，效果如效果样图

素材



第一步：先设文字，并复制文字形成两个文字图层，后使用图层样式置两种不同效果，再利用时间轴设置帧的不同时间产生动画，即可产生文字动画效果



“树人”两个产生效果



果。

3、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计闪烁效果 2、成功设计文字动画效果 3、设计的整体效果	80
总分		100

## 实训项目五：PR 遮罩处理二

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、能设置应用遮罩

### 二、项目（实训）中的具体任务

圆形边框遮罩效果，对图片和视频作圆形边框遮罩效果，并径向擦除展示。

效果如下：



### 三、背景知识

Pr 遮罩怎么用，以 PR 中字幕建的遮罩形状为例：

- 1、在文件--新建--字幕中，画一个你需要的遮罩形状，保存，
- 2、导入你的视频素材放在下层视频轨道（如放在第 2 轨道）将建的遮罩形状文件入于上层视频轨道。（如放在第 3 轨道）
- 3、给视频素材添加遮罩特效。
- 4、打开特效控制面板，展开遮罩选项，在“遮罩”中选视频 3，选亮度遮罩，

5、把视频 3 轨道的小眼睛关闭。  
注意，因为轨道 3 用于遮罩，所以，不能再放其他的视频素材了。

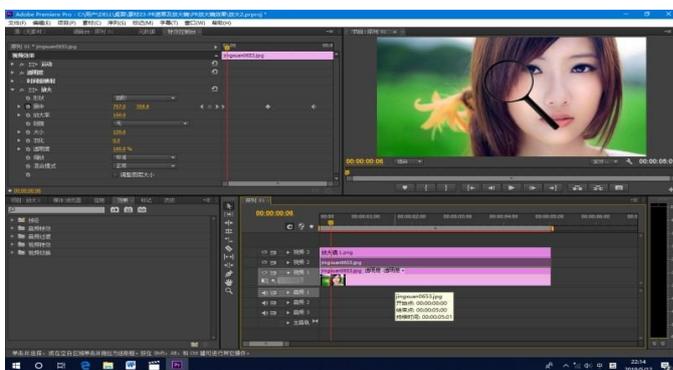
## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、把要放大的图片拖到两个视频轨上，上层的加“放大”效果，设放大率为 150%，设置“居中”关键帧动画，让圆形作运动，经过想放大的地方。

再把放大镜实物拖进另一视频轨，调整放大镜镜片大小与放大圆形大小一样，设置放大镜“位置”关键帧动画，让放大镜镜片随圆形一起运动。



2、先制作图片和视频的圆形遮罩序列，方法  
拖图片到视频轨，在其上下加白色圆形字幕，“白色圆形”的位置和大小为图  
片想要显示的内容；

为图片加“设置遮罩”效果，设置为 Alpha 通道和选择作为遮罩的视频轨（上层圆形  
字幕）

调整下层字幕的大小，让其构成白色圆形边框。



3、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作圆形遮罩效果 2、成功制作径向擦除效果 3、整体效果	80
总分		100

## 实训项目六：PR 视频特效二

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、应用 PR “放射阴影”、“羽化边缘”、“镜头光晕”等效果制作视频特效

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、为视频某个画面定格快照，并产生照片，显示后移出，如下图



- 2、为瓶子图片加“边缘羽化”，和海水视频产生特效
- 3、对图片加加镜头光晕效果

### 三、背景知识

- 1、放射（径向）阴影主要有阴影颜色、光源、投影距离等属性设置，可利用其设置图片边框，
- 2、羽化边缘主要有数量属性设置。可以是整体，也可以设置区域，区域形状或或是方形、椭圆形或自绘形状。
- 3、镜头光晕主要有光晕中心、光晕亮度、镜头类型、与原始图像混合属性设置。可以是整体，也可以设置区域，区域形状或或是方形、椭圆形或自绘形状。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、为视频某个画面定格快照，并产生照片，显示后移出，如下图



提示:

先用“导出帧”命令导出某画面作为定格画面，并产生图形文件。

拖定格画面文件进 v2，对其加放射阴影，调整阴影颜色、光源、投影距离等属性，为图片产生白色边框。

- 1) 、利用运动属性设计放大、停留、移出效果
- 2) 、插入定格分段和相机快门声音，产生快照效果

2、为瓶子图片加“边缘羽化”，和海水视频产生特效，如下图:

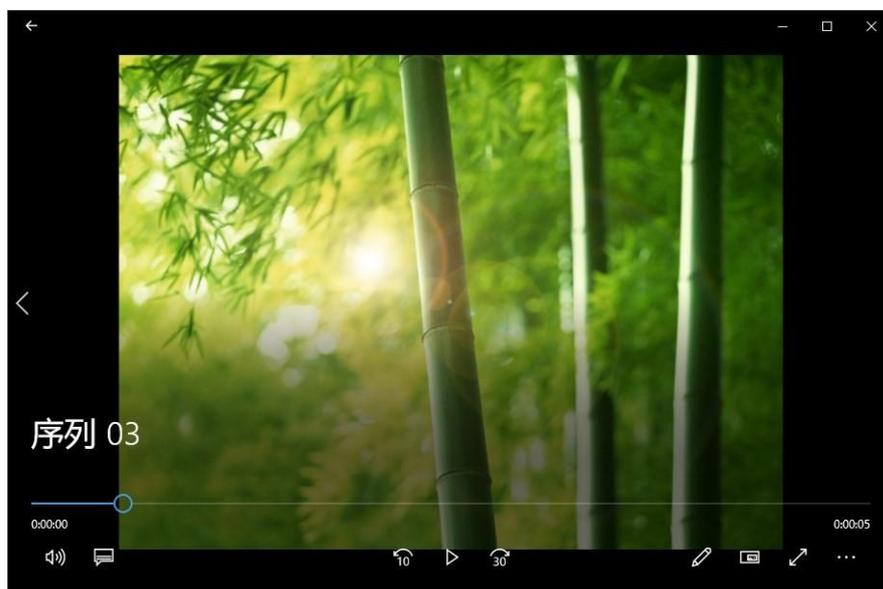


提示:

把瓶子图片、海水视频拖到 v2、v1 轨道

对瓶子图片加“羽化边缘”效果，调整“数量”为 100

3、对图片加加镜头光晕效果，如下图。



对图片加“镜头光晕”效果，设置光晕中心、光晕亮度为关键帧，改变其参数，产生动画特效。

4、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、 成功制作快照 2、 成功制作羽化边缘 3、 成功制作光晕特效	80
总分		100

## 实训项目七：PR 字幕特效二

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、应用“文字”、“运动”、“波开变形”效果等制作双十一快闪广告视频。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用图片素材制作，图片快闪
- 2、制作双十一文字快闪

### 三、背景知识

1、使用工具栏文字工具新建文字后，效果控制面板有如右图所示属性设置，主要有字体、大小、外观填充、描边、位置、不透明度属性设置。本工具可实现文字描边、阴影等设置，但不能独立完成文字立体效果。

2、旧版标题字幕，通过文件-新建-旧版标题，来新建字幕，其面板如右图。新建文字后，有多个属性设置，主要有变换、属性、描边、阴影、背景等。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的PC 机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、利用图片素材制作，图片快闪序列，效果如下图



提示：新建项目、序列 01，导入素材。

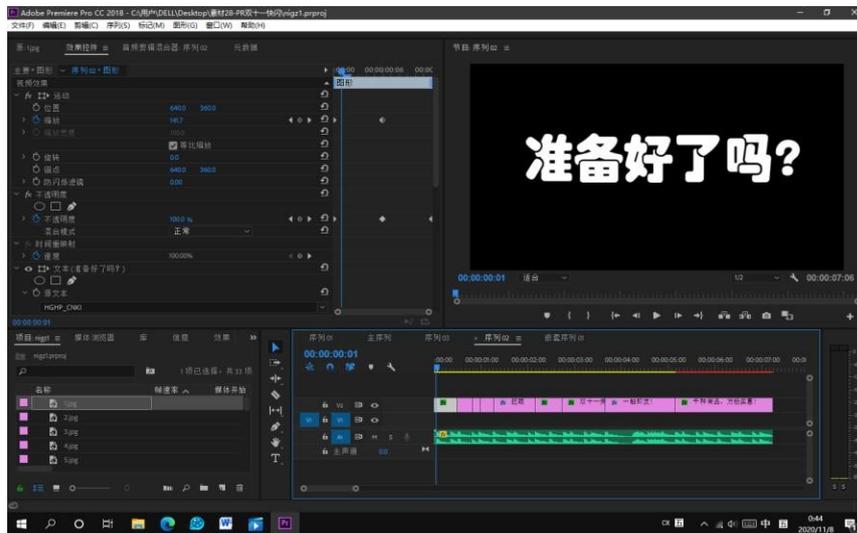
1、拖文件 1.jpg—16.jpg 至v1 轨道，调整其时间长度为 10 帧（可通过“速度持续时间”命令成批调整，后执行“序列/封闭间隙”完成）

2、先为第 1 张图片设置“不透明度”关键帧动画，从 0-100-100-0，产生淡入淡出效果，再把该属性复制给其它图片。

3、把后 8 张拖到 v2 轨道，起始时间和 v1 的错开 10 帧左右，如下图。

4、加声音，完成序列 01 设计。

2、制作双十一文字快闪，如下图：



提示：

1、新建序列 02，使用工具栏上“文字工具”在 v2 建多个文字图形（每段文字建一个文字图形）文字如下，

准备好了吗？/3/2/1/千万别眨眼/亲/双十一来了！/抢购！一触即发！/千种商品，万般优惠！

2、加声音，调整每段文字图形时间长度（大约 5-20 帧），具体根据声音节奏（或图示峰值）而定，力求踩上声音的节奏。

3、调整每段文字的出场效果，可加缩放、位置、不透明度、波形变形等效果。

3、参照 1 和2，设计图片快闪、文字快闪，学员自己发挥，如下图。



1、新建序列 03，学员利用素材设计小段图片快闪和文字快闪，主题紧扣双十大促。

4、整合序列 01、02、03，调试并完成作品。

提示：新建主序列，拖序列 01、02、03 至 v1 轨道，调试完成作品。

5、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作图片快闪 2、成功制作文字快闪	80
总分		100

## 实训项目八：PR 淘宝主图视频制作

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、应用 PR “文字工具”、“运动”、“波形变形”效果等制作淘宝主图视频。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、使用工具栏文字工具新建文字后，效果控制面板有如右图所示属性设置，主要有字体、大小、外观填充、描边、位置、不透明度属性设置。本工具可实现文字描边、阴影等设置，但不能独立完成文字立体效果。

2、淘宝主图视频要求：

- 1) 、时长要求：60 秒以内
- 2)、比例：有 1:1, 16:9, 3:4。现在主推 3:4

3、淘宝主图视频制作：

- 1、图片视频，并配有文字，制作成本较低。
- 2、自己拍摄视频，利用视频剪辑工具进行剪辑。

### 三、背景知识

1、使用工具栏文字工具新建文字后，效果控制面板有如右图所示属性设置，主要有字体、大小、外观填充、描边、位置、不透明度属性设置。本工具可实现文字描边、阴影等设置，但不能独立完成文字立体效果。

2、旧版标题字幕，通过文件-新建-旧版标题，来新建字幕，其面板如右图。新建文字后，有多个属性设置，主要有变换、属性、描边、阴影、背景等。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的PC 机

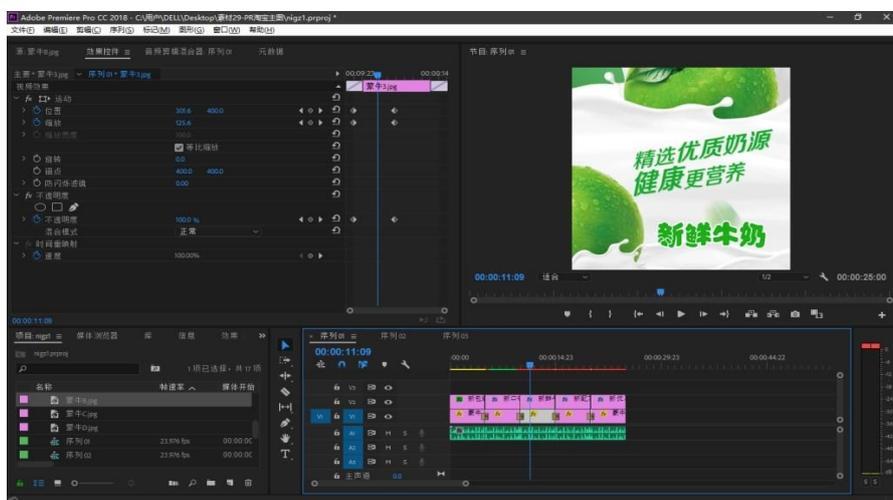
### 五、实训步骤、内容及学时

## 1、利用图片素材制作淘宝主图视频，效果如下

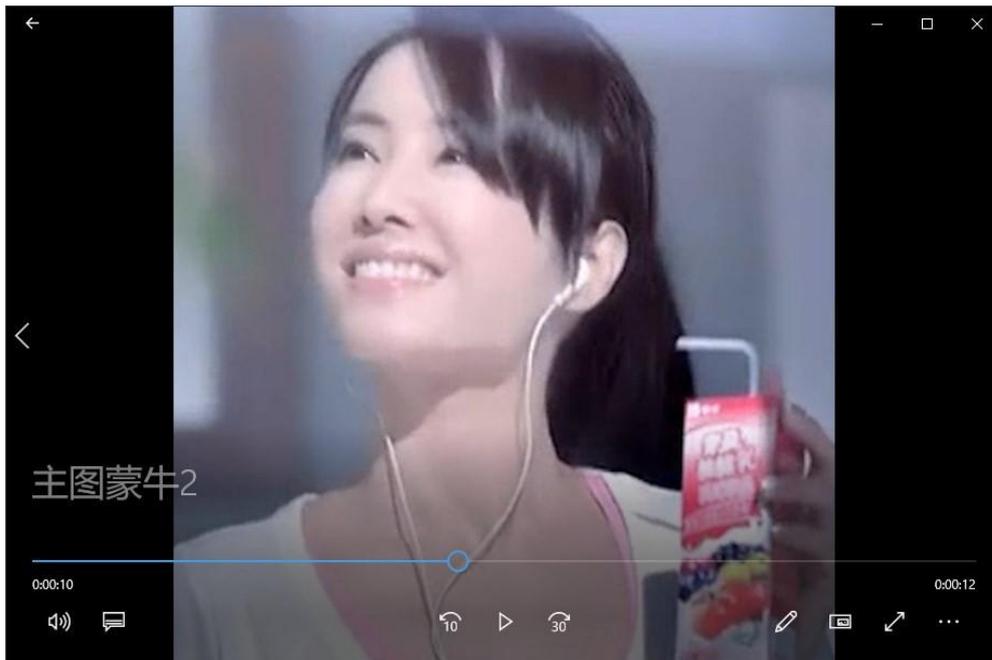


提示:

- 1、新建项目、序列 01，大小为 800\*800，导入素材。
- 2、拖文件蒙牛 1.jpg—4.jpg、蒙牛 B 至v1 轨道，调整其时间长度为 5 秒。
- 3、先为第 1-5 张图片设置“位置、缩放”关键帧动画，让图片作放大或移动效果，最后突出显示某一部分。
- 4、在每张图片上方 V2 轨道上加文字，分别加上“新包装/新口味/新鲜牛奶/新优惠，买一送一”文字，并作动画效果（如移动、缩放、波形变形等）如上图。
- 5、加声音，完成作品设计。



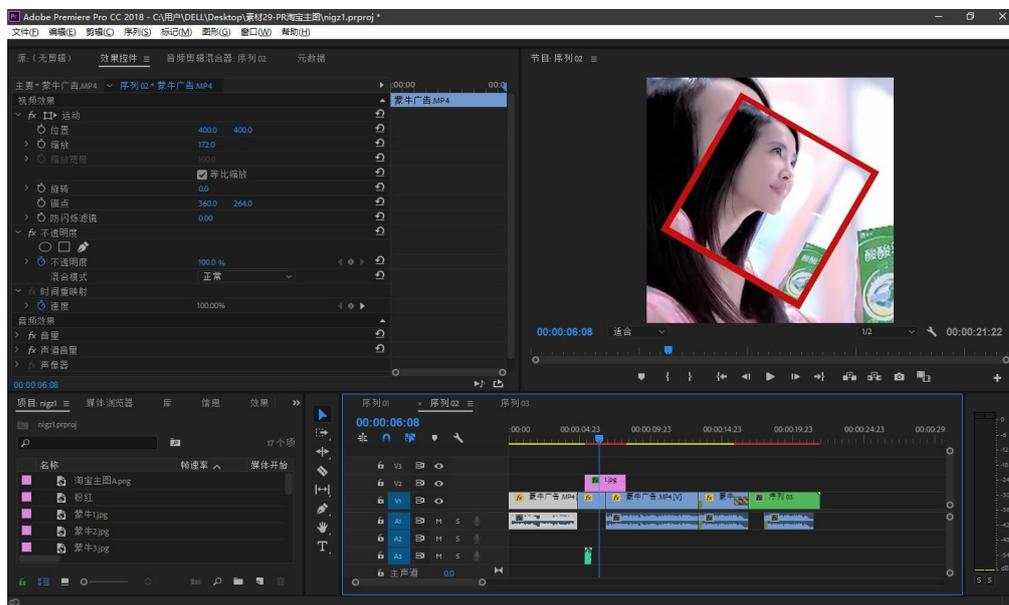
## 2、利用视频制作淘宝主图视频，效果如下图:



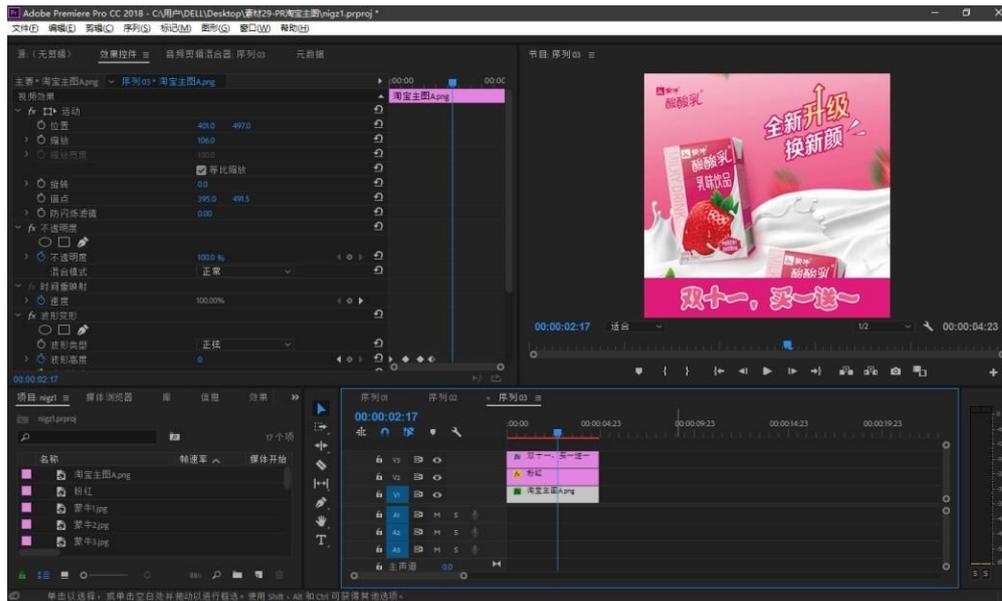
提示:

1、新建序列 02，大小为 800\*800，拖视频素材至 v1，调整视频位置及缩放属性，让视频的主要内容显示出来。

2、为视频中某一画面设计快照效果，以突显产品优点，也可加文字。



3、在视频后增加序列 03，大小为 800\*800，序列 03 利用素材设计一产品优惠信息画面。



#### 4、调试完成作品

3、本项目实训时间 2 个学时。

### 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功利用图片制作主图视频 2、成功利用视频制作主图视频 3、作品整体效果	80
总分		100

## 实训项目九：PR 淘宝详情视频制作

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、应用 PR “文字工具”、“运动”、“RGB 曲线” 效果等制作网店商品详情视频。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用素材制作视频片头，展示企业实力
- 2、编辑视频素材，完善商品详情视频

### 三、背景知识

- 1、淘淘宝详情页视频要求：

支持的视频格式：.wmv 、.avi、.mp4 等视

频分辨率尽量为:1280px\*720px。

视频大小不超过 200M，视频时长不超过 5 分钟需

要是旺铺专业版

- 2、RGB 曲线：白色曲线主要调整亮度，红色相反色是青色，绿色相反色是品红，蓝色本反色是黄色。勾“显示折分图”可以看到调整前后的区别。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、利用素材制作视频片头，展示企业实力，效果如下



提示:

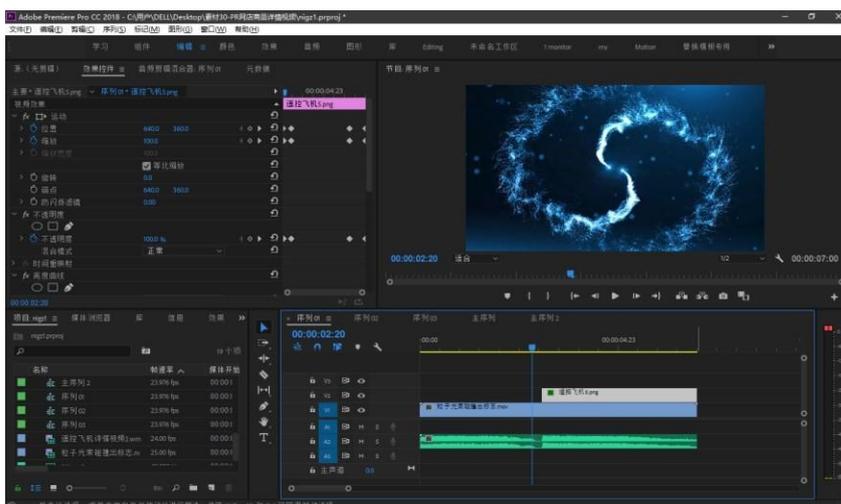
1、先用 PS 制作 1280\*720 透明图片“遥控飞机 5.png”，内容如上图所示，logo+文字，显示企业信息或商品信息。

2、新建项目、序列 01，大小为 1280\*720，导入素材。

3、拖文件“粒子光束碰撞出标志.Mov”至 v1 轨道，遥控飞机 5.png 至v2 轨道，根据视频内容调整其位置，大约如下图。

4、如下图所示，调整“遥控飞机 5.png”位置、缩放、不透明度为关键帧动画，让logo+文字随粒子光束运动而展示。

5、加声音，完成序列 01 设计。



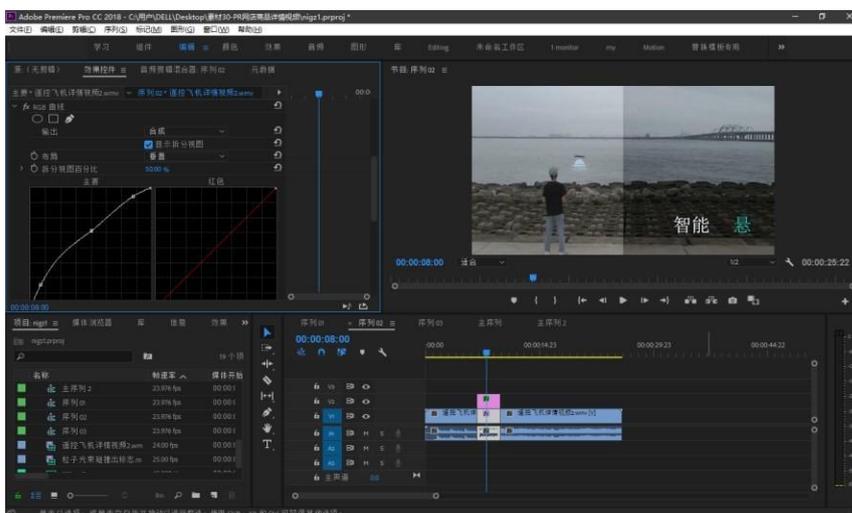
2、编辑视频素材，完善商品详情视频，效果如下图：



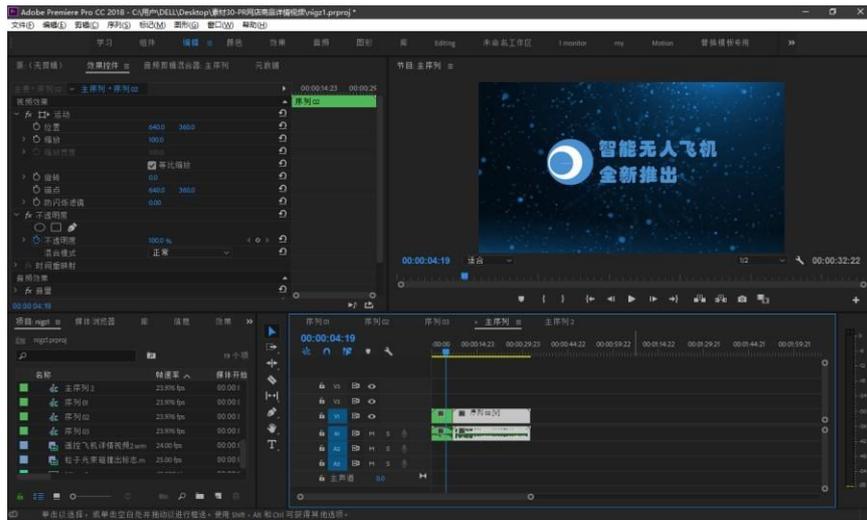
提示:

1、新建序列 02，大小为 1280\*720，拖视频素材至 v1，预览视频，会发现有一段亮度比较暗，剪切出这段视频，加 RGB 曲线，调整其亮度。

2、参照其它段文字显示方式，为该段视频加“智能悬停”。



3、新建主序列，大小为 1280\*720，拖序列 01、序列 02 至 V1 轨道，调试完成作品。



#### 4、调试完成作品

3、本项目实训时间 2 个学时。

### 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作视频片头 2、成功制作详情视频 3、作品整体效果	80
总分		100

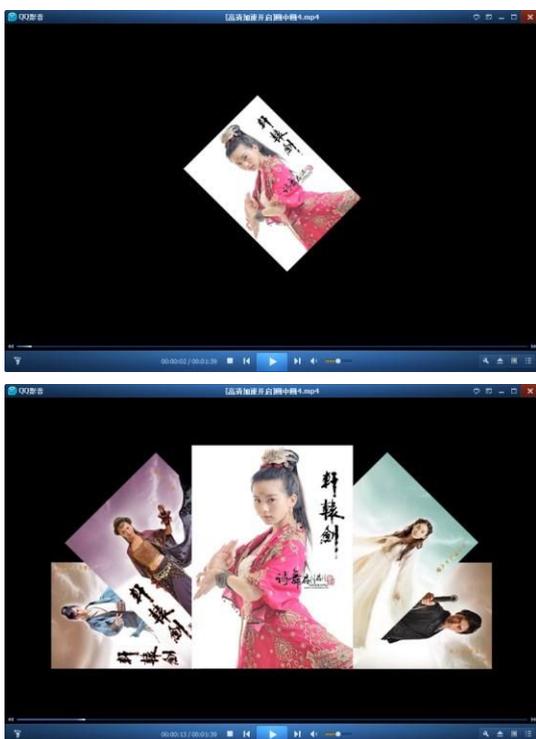
## 实训项目十：PR 综合设计实例一

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、应用 PR “运动”、“定位点工具”等制作炫酷画中画效果

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、应用 PR “运动”、“定位点工具”等制作炫酷画中画效果，如下图



有两个场景

第一场景，单张图片从中心旋转变大出现；

第二场景，图片从中间向两边扇形展开；

### 三、背景知识

- 1、运动效果有多个选项设置，包括位置、缩放比例、旋转、定位点等，如下图

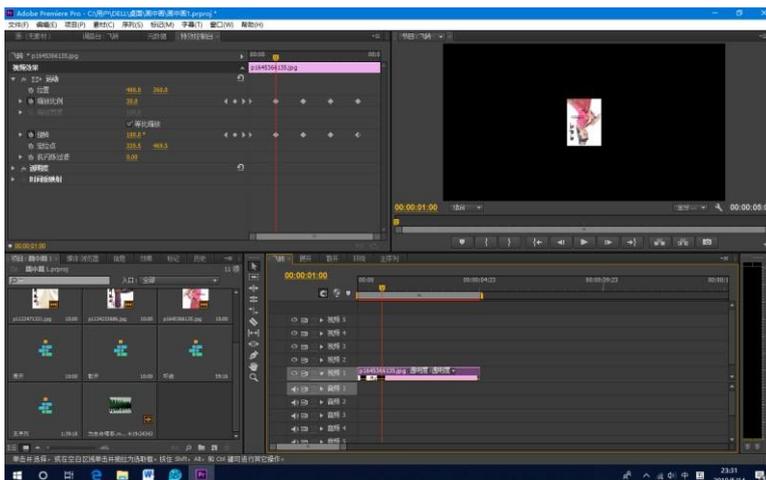


#### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

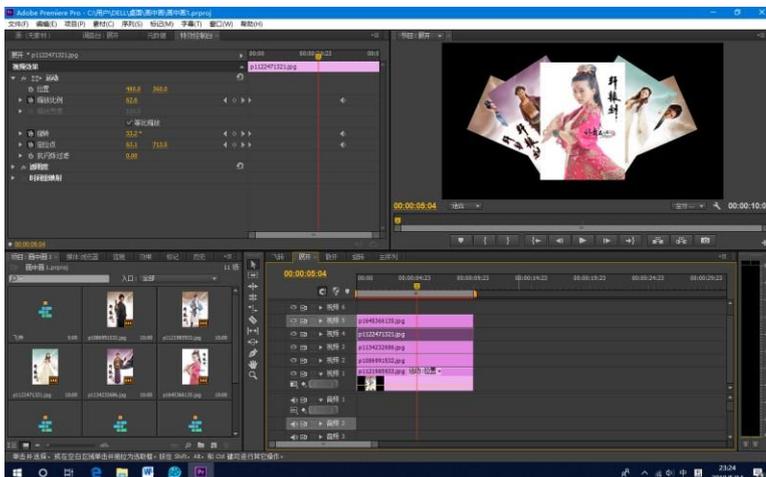
#### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、分别就场景创建两个序列：飞转序列、展开序列、飞转序列



提示：设置缩放、旋转关键帧动画实现效果

展开序列



提示：确定好锚点位置和图片位置，设置位置、缩放、旋转关键帧动画

2、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作飞转入景效果 2、成功制作扇形展开效果 3、整体效果	80
总分		100

## 实训项目十一：PR 综合设计实例二

### 一、实训目标

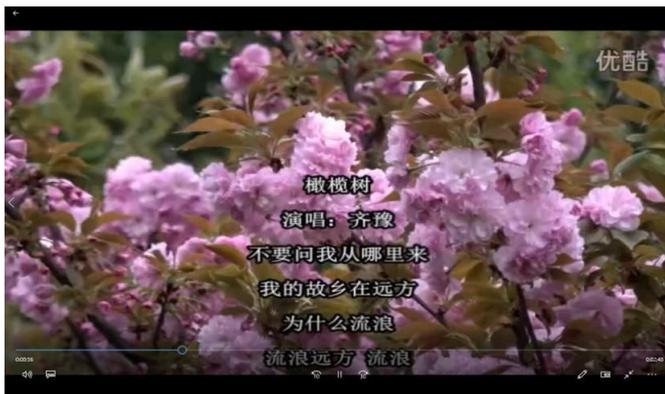
- 1、能综合应用各种工具
- 2、熟练应用 PR 标题动画设置工具和字幕编辑器

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、利用素材制作 MV 歌曲，利用字幕编辑器导入歌词，后逐一对歌词分别设计动画效果，包括淡化、弹出、翻转、摇摆、缩放、移动路径、飞入等。



2、利用素材制作歌词上滚显示效果



### 三、背景知识

- 1、在轨道上输入字幕；  
选中字幕，在“选项”中的“属性”中选择“动画”—“应用”；  
选择需要的动画类型，点击右侧的双“T”按钮（自定义动画属性）设置

动画出现的方式；

完成后就可以了。

2、导入字幕，网上查找歌曲的 lrc 歌词，利用导入字幕功能直接导入歌曲的 Lrc 歌词

## 四、实训工具与设备

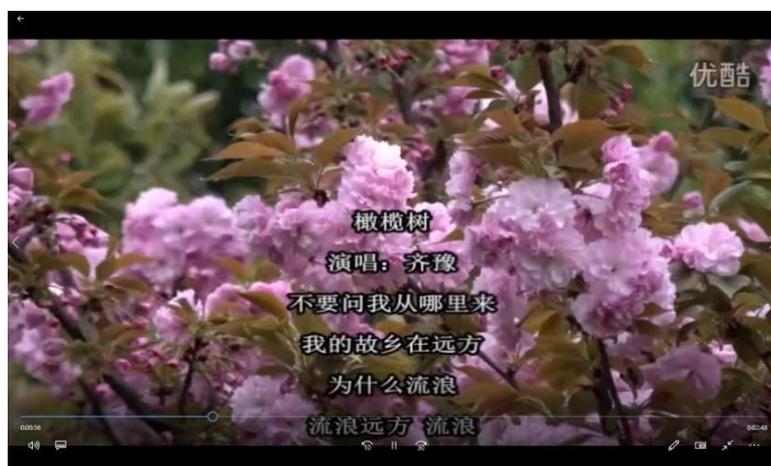
安装有 PhotoShop 软件的PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、利用素材制作 MV 歌曲，利用字幕导入歌词，后逐一对歌词分别设计动画效果，包括淡化、弹出、翻转、摇摆、缩放、移动路径、飞入等。



2、利用素材制作歌词上滚显示效果，要求上滚歌词和歌曲演唱节奏相匹配，让最后一行出现的歌词，恰好是演唱的歌词。



提示：先导入歌曲的 lrc 歌词，制作整首歌曲独句独行歌词文字标题，然后参照 lrc 歌词逐句对准上滚显示。

2、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计各种动画效果 2、成功设计制作歌词上滚显示效果	80
总分		100

## 实训项目十二：PR 综合设计实例三

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、熟练应用 PR 文字属性、编辑的各种设置

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用文字编辑中的边框、阴影、透明设置文字效果



- 2、利用文字编辑中的边框、阴影、透明及滤镜等工具设置文字效果，效果

如



- 3、采用加边框、加文字条、局部马赛克、logo 等方法屏蔽原视频文字

### 三、背景知识

- 1、有字体、大小等属性设置



## 2、去除视频字幕

### 1、加边框

将视频素材导入视频轨上；

在覆叠轨 1、2 上分别加入黑色的色块，并拉动至盖住文字即可，上方的差不多即可。

### 2、加文字背景

将视频素材导入视频轨；

在屏幕上输入需要的文字，然后勾选“文字背景”，选择“单色背景栏”即可

### 3、加马赛克

为文字加马赛克，这个方法可以用在去水印上面，具体操作如下：同样将视频素材导入在视频轨；

在滤镜中选择“局部马赛克”，拖动到素材上，然后双击素材，打开“属性”中的“自定义滤镜”；

然后调整马赛克的位置大小即可。

## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

- 1、利用文字编辑中的边框、阴影、透明设置以下各种文字效

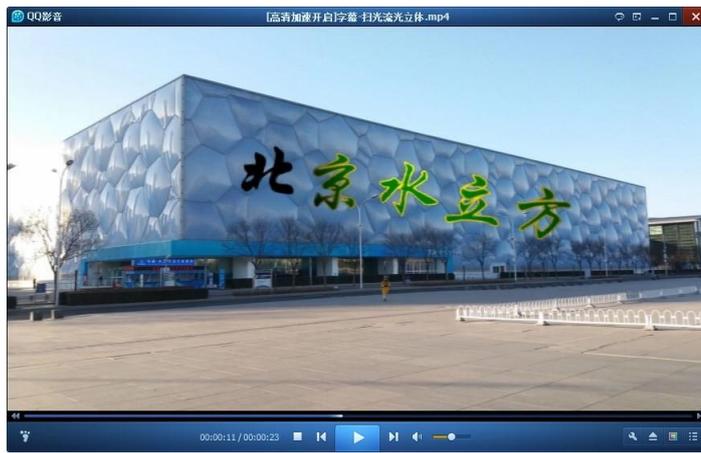




2、利用文字编辑中的边框、阴影、透明及滤镜等工具设置文字效果



“北大博雅塔”作“缩放动作”滤镜



“北京水立方”作“光线”滤镜



“万里称城”作“微风”滤镜



“前门商业街”作“包调和饱和度”、“闪光”滤镜

3、采用加边框、加文字条、局部马赛克、logo 等方法屏闭原视频文字上下加黑色边框



加文字条



加局部马赛克



加 logo



4、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功使用属性设置各种文字效果 2、成功使用属性和滤镜设置各种文字效果 3、成功屏闭原视频文字	80
总分		100

## 实训项目十三：PR 综合设计实例四

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、熟练应用 PR 自定义动作（或画中画滤镜）和遮罩等工具制作电子翻页相册

### 二、项目（实训）中的具体任务

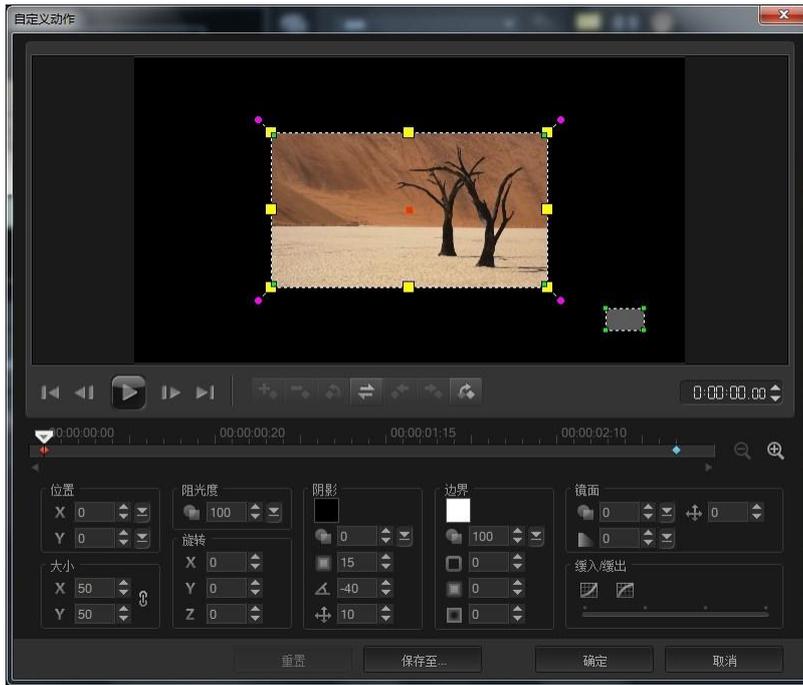
制作电子翻页相册



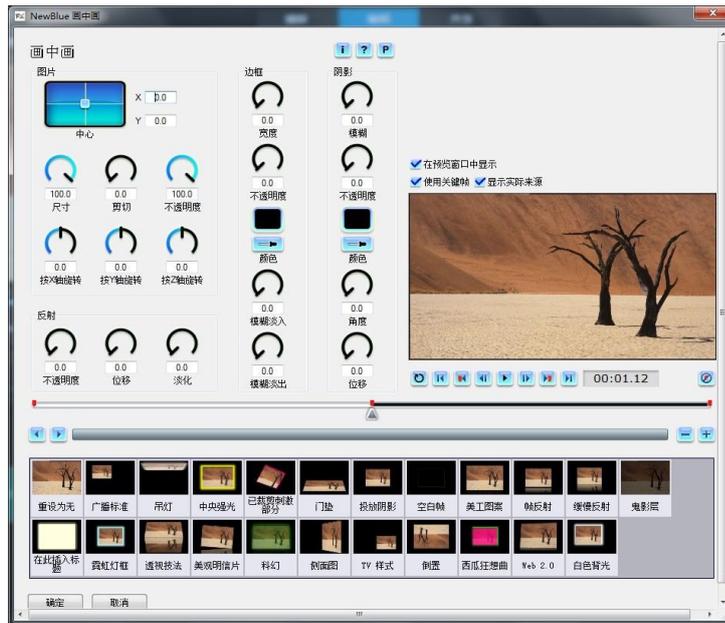
### 三、背景知识

- 1、自定义动作应用

右击素材，执行“自定义动作”后进行设置。通过添加设置关键帧状态来完成效果。



## 2、画中画滤镜应用



加画中画滤镜后自定义滤镜设置不同帧状态，实现翻页

## 四、实训工具与设备

安装有 Photoshop 软件的 PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

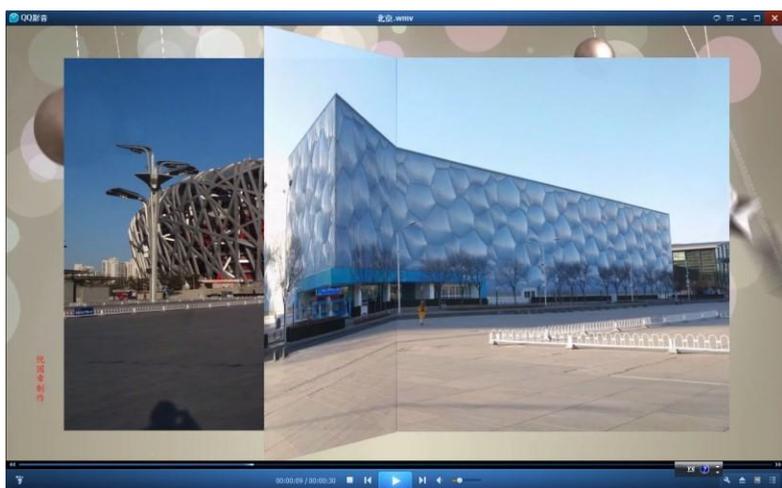
1、选择自己所拍的十张相片和背景音乐一首

2、利用 PS 设计相册封面

3、制作逐张翻页相册效果，如  
开头



中间



结尾



4、加上背景小视频和音乐完成作品，导出视频文件。

5、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功利用 PS 设计相册封面 2、成功制作逐张翻页相册 3、整体效果	80
总分		100

## 实训项目十四：PR 综合设计实例五

### 一、实训目标

- 1、能综合应用各种工具
- 2、熟练应用 PR 画中画滤镜、遮罩、文字等工具制作电子婚纱照册

### 二、项目（实训）中的具体任务

制作电子婚纱照册



### 三、背景知识

#### 1、画中画滤镜应用

加画中画滤镜后自定义滤镜设置不同帧状态，实现翻页



#### 2、遮罩

#### 3、文字动画设置

## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、 PR X9 软件的PC 机

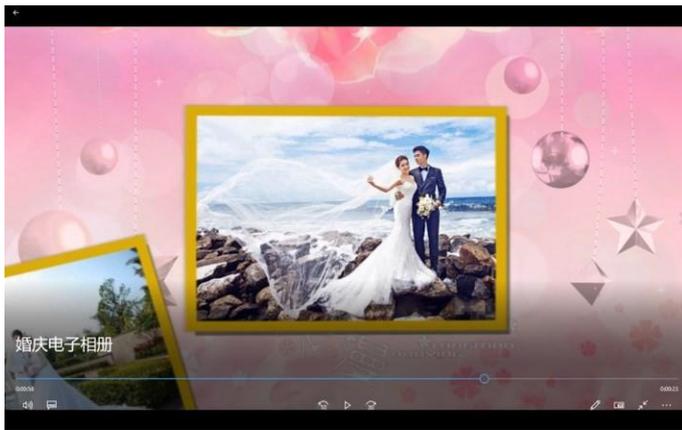
## 五、实施步骤、内容及学时

1、应用 PR 画中画滤镜等工具制作电子婚照展示方式之一镜框应用，如



2、根据所学展示其它照片，方式自定，如：





3、加片头片尾、背景音乐，完成作品，导出视频文件。



4、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作电子相册片头 2、成功制作相册 3、整体效果	80
总分		100

## 实训项目十五：AE 文字特效

### 一、实训目标

- 1、熟悉 AE 界面、图层及基本操作
- 2、熟悉 AE 分形杂色、色阶、曲线、复合模糊等应用

### 二、项目（实训）中的具体任务

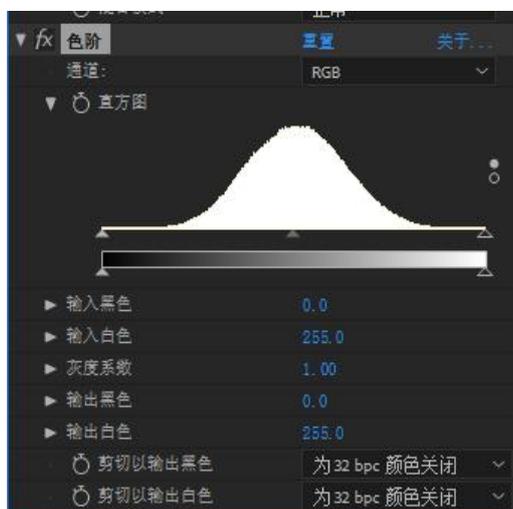
利用 AE 软件制作烟飘文字，为效果如下



### 三、背景知识

#### 1、分形杂色

主要有分形类型、旋转、偏移、演化等属性设置，偏移和演化常作为关键帧动画的属性设置。操作：效果/杂色颗粒/分形杂色, 如左下图



## 2、色阶

主要有通道和输入输出黑白色设置。操作：效果/颜色校正/色阶，如右上图

## 3、复合模糊

主要有模糊图层、最大模糊、伸缩对应图以适合属性设置。

操作：效果/模糊和锐化/复合模糊，如下图

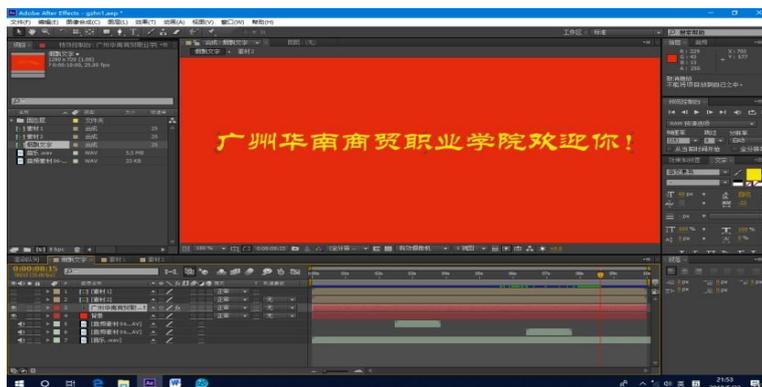


## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、先创建“烟飘文字”合成，并录入文字“广州华南商贸职业学院欢迎你！”，文字颜色设黄色。



2、创建“素材 1”合成，并创建“固态层”，选择颜色为白色，设置“分形噪波”（分形杂色）效果，设“演化”为关键帧，0->3x；设置“色阶”效果，设“通道”为蓝色，“输出黑色”约为 130；

3、复制素材 1（选中后 ctrl+d）产生素材 2。

设置“曲线”，拖中心点至底部，最左边点至顶部。

4、按上图，把素材 1、素材 2 拖到“广州华南商贸职业学院欢迎你！”文字图层上方；

设素材 1 和素材 2 为隐藏；

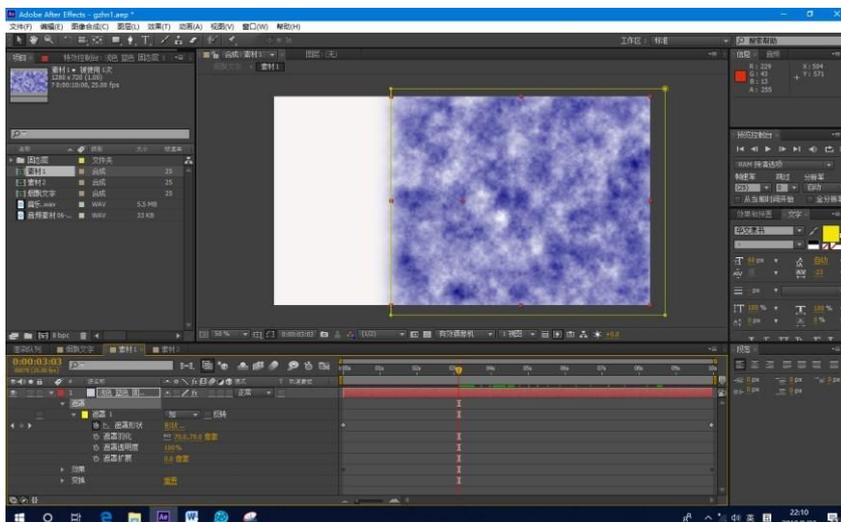
并按下图所示设置文字图层，设置“复合模糊”效果和“置换映射”（置换图）效果；



5、新建“固态层”作为背景，先红色。

6、为素材 1、素材 2 加遮罩效果，设羽化为某值。

设“遮罩形状”为关键帧，从 100%向右缩小到无。



注意：为素材 1 加遮罩效果，指在素材 1 中为“白色”图层加遮罩。

7、加入音乐，调试调整作品，满意后导出视频文件。

8、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功显示文字 2、成功制作烟飘效果 3、整体效果	80
总分		100

## 实训项目十六：AE 光线特效

### 一、实训目标

- 1、熟悉 AE 钢笔工具操作
- 2、熟悉“勾画”、“发光”、“湍流置换”、“梯度渐变”效果应用

### 二、项目（实训）中的具体任务

利用钢笔工具等制作舞动的精灵，效果如下



### 三、背景知识

#### 1、AE CC 发光

主要属性设置有发光颜色、发光半径、发光强度。操作：效果/风格化/发光，如左下图



## 2、湍流置换

主要有置换、数量、大小、复杂度演化等属性设置。操作：效果/扭曲/湍流置换。如右上图

## 3、梯度渐变

主要有渐变起点、起始颜色、结束颜色、渐变终点、渐变形状等属性设置。操作：效果/生成/梯度渐变, 如下图



## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 软件的PC 机

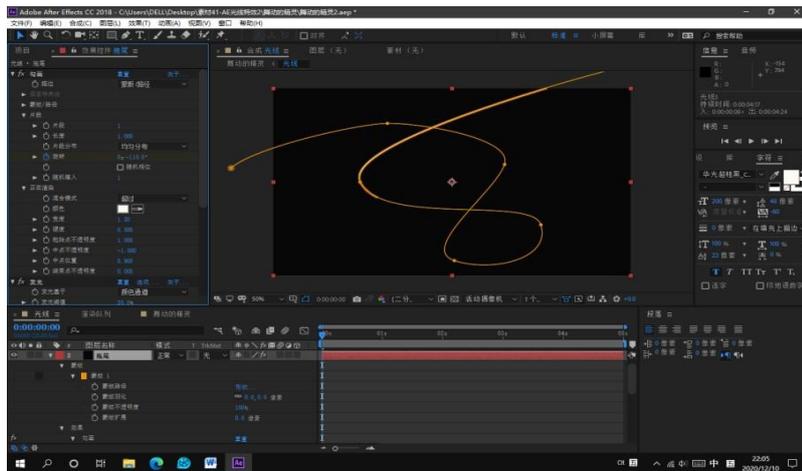
## 五、实训步骤、内容及学时

1、利用钢笔工具等制作舞动的精灵，效果如下



提示:

- 1、新建项目，导入素材中的声音文件。
- 2、先创建“光线”合成，大小为 1280\*720px，创建纯色层“拖尾”，利用钢笔工具拖一个 8 字形路径，如下图所示。



- 1、给“拖尾”加勾画效果，设描边为“蒙版/路径”、片段为1，适当调整其它参数，如长度=1，宽度=2，硬度=0.5，起始不透明度=1，中点不透明度=-1，中点位置=0.9，结束点不透明度=0。并作“旋转”（-110 至-1x-111，具体参数根据效果调整）关键帧动画，
- 2、给“拖尾”加发光效果，设发光颜色为 A 和 B 颜色，其它参数适当调整，如发光阈值=20%，发光半径=5，发光强度=2.5。
- 3、复制“拖尾”图层，得一新图层，改名“头”，改其勾画效果参数，主要是改，长度=0.07，宽度=6，设模式为相加。

4、创建“舞动的精灵”合成，大小为 1280\*720px，拖光线合成至图层，创建“背景”纯色层，对其加“梯度渐变”效果，设置墨绿到黑色渐变效果。

5、改“光线”为“光线 1”合成，并复制出光线 2、光线 3，改光线 1、光线 2、光线 3 所在图层模式为相加，如下图所示



7、对光线 2 加“湍流转换”效果，设相关参数，如：转换=湍流，数量=195，大小=55，并让光线 2 开头从第 8 帧处开始。

对光线 3 也加“湍流转换”效果，设相关参数，如：转换=湍流，数量=180，大小=25，并让光线 3 开头从第 16 帧处开始。

8、加“舞动的精灵”文字的背景音乐，预览调整完成作品。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作舞动的精灵 2、成功制作描边光线 3、整体效果	80
总分		100

## 实训项目十七：AE 影视特效之二

### 一、实训目标

- 1、熟悉 AE 遮罩、径向擦除效果应用
- 2、熟悉 AE 摄像机效果应用

### 二、项目（实训）中的具体任务

用 AE 遮罩、摄像机等制作影视中国风频道特效，效果如下



### 三、背景知识

#### 1、AE 摄像机功能及调用

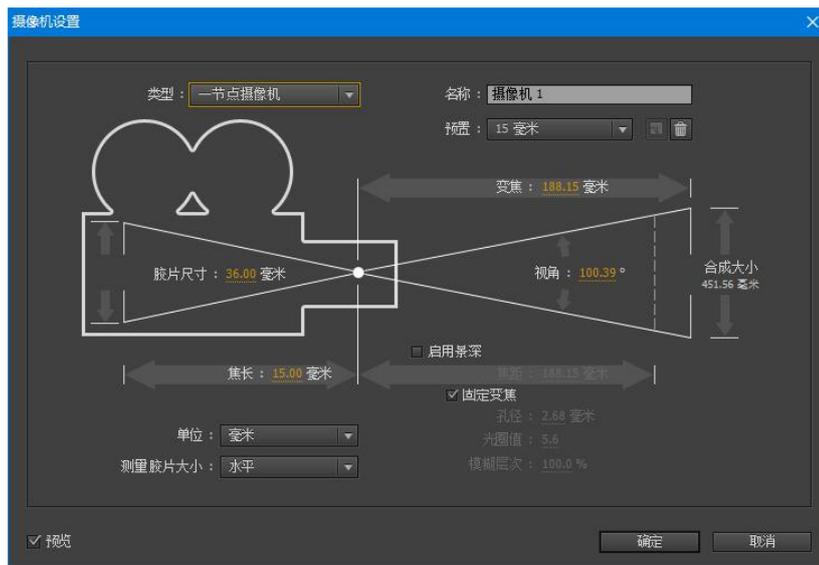
在 AE 中，我们常常需要运用一个或多个摄像机来创造空间场景、观看合成空间，它充当的是一个观察的工具，摄像机具有强大的功能，它可以达到真正摄像机效果。

摄像机调用：先开启对象的 3D 选项，图层/新建/摄像机；或使用热键  
ctrl+shift+alt+c

#### 2、AE 摄像机主要参数

类型：有一节点摄像机和二节点摄像机，一节点指摄像机本身，可对其设置；二节点指摄像机和目标点，可对两者进行设置。

预设：有 9 种，其中 15mm、35mm、200mm 比较有代表性，35mm 标准镜头，视角类似于人眼；15mm 广角镜头，有较大有视角范围；200mm 长镜头，可以将远处图像拉近。如下图



### 3、AE 摄像机工具组

轨道摄像机工具：主要是调整我们观察的视角，可产生旋转等效果；

xy 轨道摄像机工具：只会在 XY 轴产生变化，产生位置变化；

z 轨道摄像机工具：只会在 Z 轴上产生一个放大缩小的变化效果；

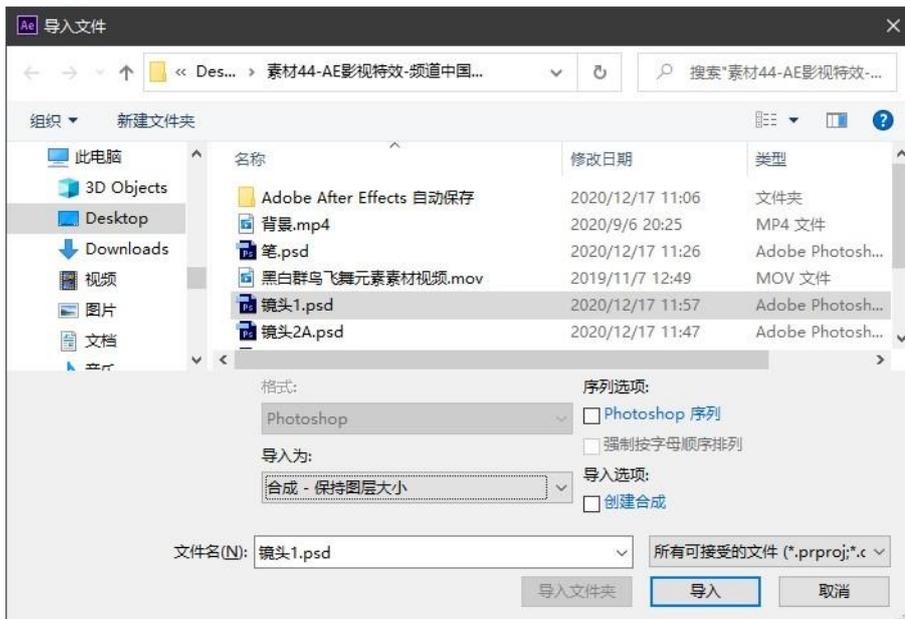
合并摄像机工具：它是这三种工具的是一个综合体，在合并摄像机工具下，我们按住鼠标左键不放，进行拖移就相当于轨道摄像机工具，按住滚轮不放，实现的是 XY 轴轨道摄像机工具，按住右键不放，实现的是 Z 轴轨道摄像机工具。

## 四、实训工具与设备

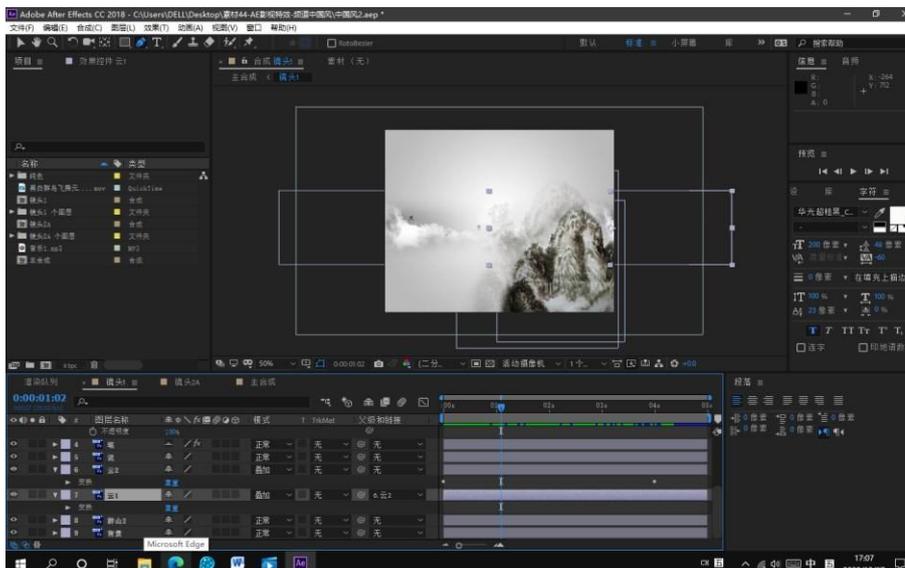
安装有 PhotoShop 软件的 PC 机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、新建项目，导入素材，导入镜头 1.psd 和镜头 2A.psd 时，导入为选“合成，保持图像大小”，图像选项为“可编辑的圈层样式”。

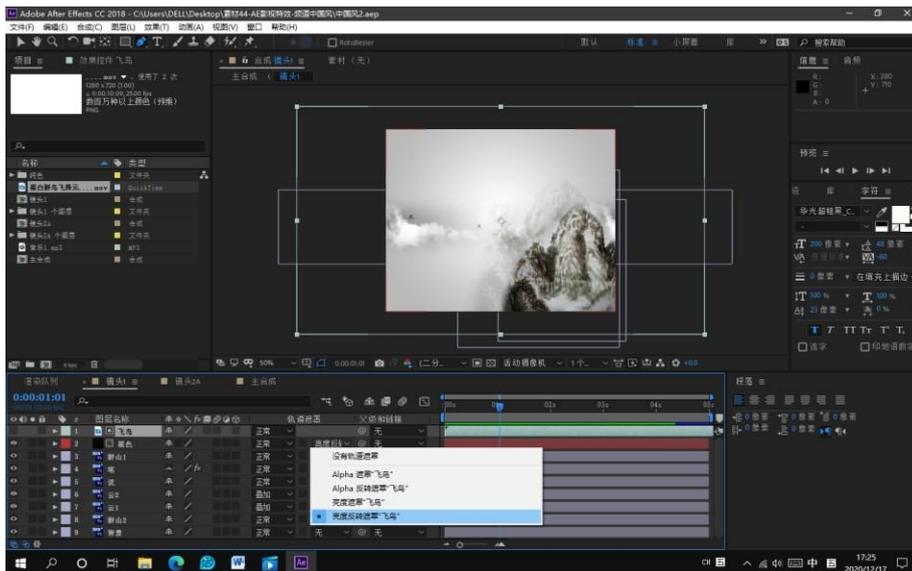


2、制作镜头 1 合成，设置群山 1 和群山 2 的缩放（100%-120%）关键帧动画；改云图层为云 1，并复制多一个图层，得云 2，调整云 2 和云 1 并列在一条水平线上，并设云 1 的父级为云 2，设云 2 的位置（从左向右移）关键帧动画，如下图所示。



3、设笔图层不透明度（2 秒-3 秒：0%-100%）关键帧动画，位置和缩放（3 秒-4 秒：80%-110%）关键帧动画。加径向擦除，设起始角度-90，设过渡完成（1 秒-3 秒：100%-0%）关键帧动画；说图层也设不透明度、位置、缩放关键帧动画，参照设置以笔的效果为参照。

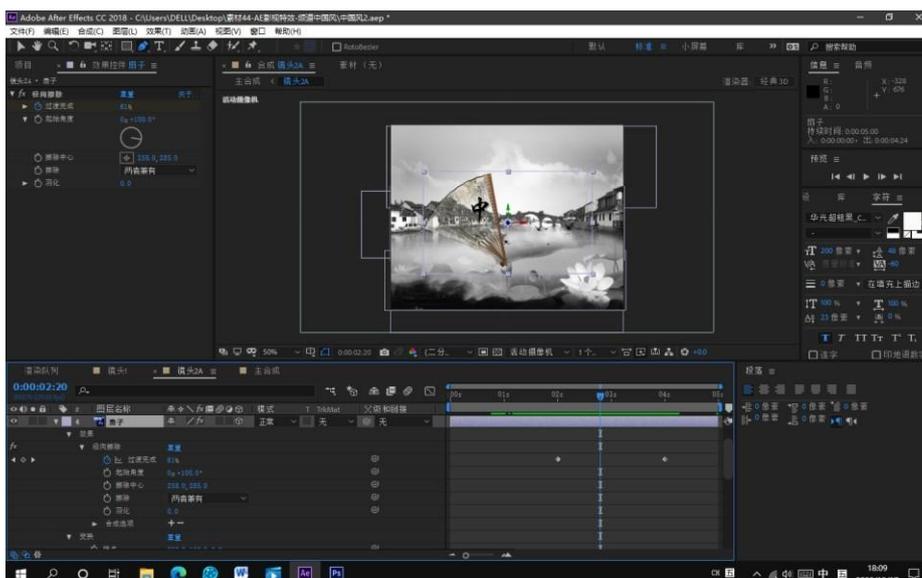
4、拖飞鸟视频至第一图层，在其下建黑色纯色层，设黑色纯色层遮罩为“亮度反转遮罩飞鸟”，可调整飞鸟图层（变换/水平翻转）至此镜头 1 效果形成。



5、编辑“镜头 2A”合成，设云层位置（左移）缩放（稍微放大）关键帧动画；设船图层位置（向前行驶）缩放（稍微缩小）关键帧动画；

6、调整扇把右图层，改变其锚点为扇把下端，再调整其旋转、缩放和位置，使其和扇子的左把重叠，设置其不透明度（1.5 秒-2 秒：0%-100%）旋转（从扇子左把到右把）为关键帧动画。

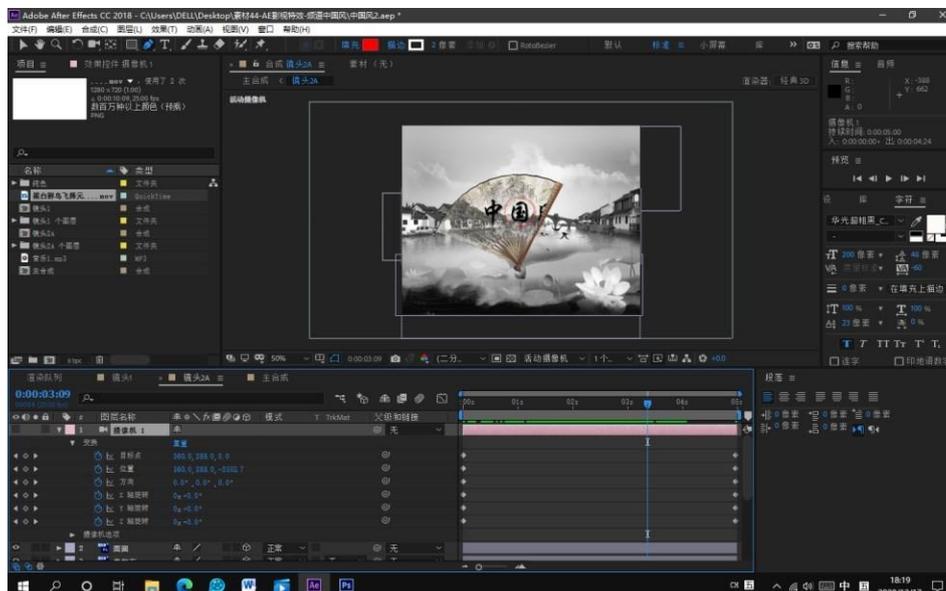
设置扇子的不透明度（1.5 秒-2 秒：0%-100%）为关键帧动画，给扇子加“径向擦除效果”，根据扇把右的运动，调整其参数，如：起始角度+100，过度完成（2 秒-4 秒：90%-18%）关键帧动画，让扇子打开的同时扇把右能同步，如需要继续调整这两个图层让它们同步打开。如下图所示。



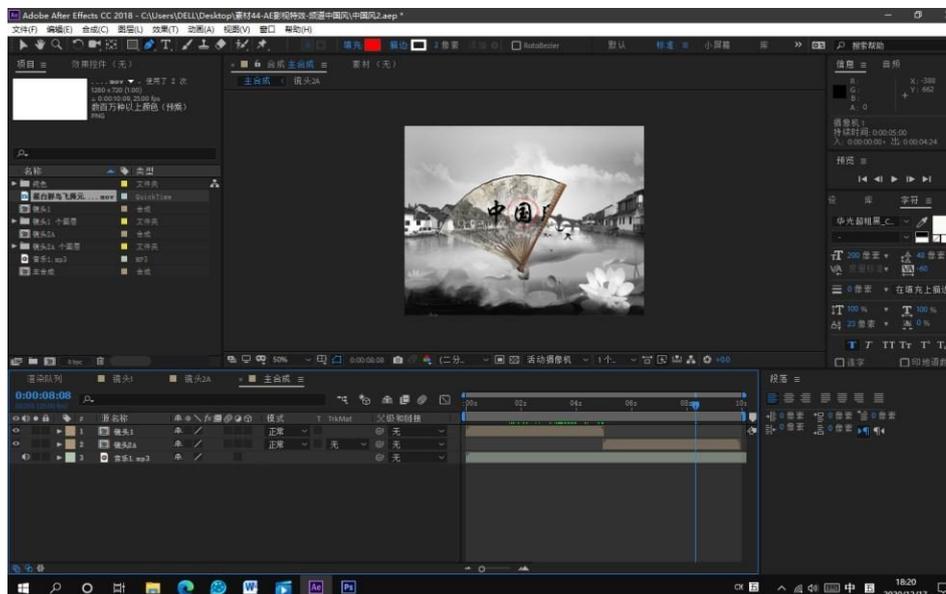
8、拖飞鸟视频至扇子图层下方，在其下建黑色纯色层，设黑色纯色层遮罩为“亮度反

转遮罩飞鸟’。

把除背景层外打上 3D 选项，加双节点摄像机，设其关键帧动画，产生 Z 轴缩放效果。至此镜头 2 效果形成。



9、制作中国风频道片头小作品，先创建主合成，大小为 720\*576px，时长为 10 秒，拖“镜头 1”、“镜头 2”和背景音乐至图层，完成作品，预览调试导出视频。



10、本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功制作镜头一 2、成功制作镜头二 3、整体效果	80
总分		100

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	数智经济贸易学院
专    业:	电子商务
课    程:	电商营销手段及技能
制    定    人:	姚丹婷
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	(第1周至第16周内安排)
实训总学时:	32
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一、网站诊断 .....	3
项目二、微信营销——昵称、封面、朋友圈设计 .....	6
项目三、微信营销——微信公众号建立 .....	9
项目四、网络广告制作——图像处理练习 .....	11
项目五、网络广告制作——微海报制作 .....	13
项目六、H5 页面推广制作 .....	15
项目七、短视频营销制作：视频号、抖音等 .....	17
项目八、公众号推文制作 .....	19
项目九、实体店/网店经营调查 .....	21
项目十、网店开设 .....	23
项目十、网店首页设计 .....	25
项目十一、产品拍摄 .....	27
项目十二、产品上传 .....	29
项目十三、网店店招设计 .....	31
项目十四、网店海报设计 .....	33
项目十五、网店无线店铺 .....	35
项目十六、网络营销策划方案 .....	37

# 项目一、网站诊断

## 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；知道一个好的网站应具备哪些功能与模块，能通过各种工具测试网站，了解网站存在不足的地方。

## 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、网站栏目诊断
- 2、网站内容诊断
- 3、网站界面诊断
- 4、网站功能分析
- 5、搜索引擎排名分析

## 三、背景知识

分析网站应具备功能与模块，诊断网站存在的问题，学生应具备一定搜索引擎使用技能。

## 四、实训工具与设备

电脑、互联网

## 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

网站栏目诊断：栏目设置是否合理

网站内容诊断：内容是否原创，是否及时更新

网站界面诊断：

网站功能分析：能给客户带来什么功能

搜索引擎排名分析：主要通过百度进行搜索

### 3、实训步骤

序号	项目步骤	记录
1	网站栏目	
2	网站内容	
3	网站界面	
4	网站功能	
5	搜索引擎收录及反链接	
6	部分关键词搜索引擎排名	
7	网站标签检测	
8	站内链接监测	
9	网站诊断结论及改进建议	

### 六、考核或评价标准

每个项目根据完成优、良、中、差四种等级记进行评分。优 9-10，良 7-8，中 5-6，差 4 分以下。

	评分项目
1	网站栏目 10 分
2	网站内容 10 分
3	网站界面 10 分

4	网站功能 10 分
5	搜索引擎收录及反链接 10 分
6	部分关键词搜索引擎排名 10 分
7	网站标签检测 10 分
8	站内链接监测 10 分
9	网站诊断结论及改进建议 10 分

## 项目二、微信营销——昵称、封面、朋友圈设计

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据营销的需要，为微信沟通设计出合适的昵称、封面以及发布能吸引客户关注的朋友圈内容。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、打造专业的昵称、标签与头像
- 2、设计可靠的封面
- 3、发布能引起关注的朋友圈

### 三、背景知识

市场定位，名称设计要点，图片处理技术。

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

打造专业的昵称

设计可靠的封面

发布能引起关注的朋友圈

3、实训步骤

序号	步骤	
1	用户定位	目标人群是谁？有什

		么兴趣爱好，喜欢阅读哪些信息、有怎样的需求。
2	昵称设计	一个人在社交网络中的个人品牌。 切忌用表情昵称、符号昵称、电话昵称
3	标签设计	展示一个人的个性特点或身份介绍
4	封面设计	个人形象照 成绩或荣誉 能给别人提供的价值等
5	朋友圈动态发布	必须围绕用户的类型、特点、作息时间、阅读喜好、痛点进行

## 六、考核或评价标准

每个项目根据完成优、良、中、差四种等级记进行评分。

序号	项目	分值
1	用户定位	20
2	昵称设计	20
3	标签设计	20
4	封面设计	20
5	朋友圈动态发布	20

## 项目三、微信营销——微信公众号建立

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据营销的需要，建立一个能为企业进行宣传的订阅号。

### 二、项目（实训）中的具体任务

#### 1、公众号平台定位

用户定位，内容定位，服务定位

#### 2、公众号名称设计

#### 3、公众号菜单栏设计

### 三、背景知识

市场定位、公众号类型

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 1、2 学时

#### 2、内容

公众号平台定位：用户定位，内容定位，服务定位

公众号名称设计

公众号菜单栏设计

#### 3、实训步骤

序号	步骤	

1	公众号平台定位	目标人群是谁？有什么兴趣爱好，喜欢阅读哪些信息、有怎么样的需求。
2	公众号名称设计	一个人在社交网络中的个人品牌。 切忌用表情昵称、符号昵称、电话昵称
3	公众号栏目设计	展示一个人的个性特点或身份介绍
4	公众号推文发布测试	个人形象照 成绩或荣誉 能给别人提供的价值等

## 六、考核或评价标准

序号	评分项目	分值
1	公众号平台定位	25
2	公众号名称设计	25
3	公众号栏目设计	25
4	公众号推文发布测试	25

## 项目四、网络广告制作——图像处理练习

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网络广告制作的需要，掌握图像处理软件基本操作技巧。

### 二、项目（实训）中的具体任务

选框工具的属性

快速选择工具的属性

魔棒工具的属性

完成抠图任务

### 三、背景知识

网店装修与 PS 应用

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

掌握图片打开、保存

了解图层概念

移动工具的操作

选框工具的属性

快速选择工具的属性

魔棒工具的属性

完成抠图任务

3、实训步骤

序号	步骤	

1	认识 PS 界面	
2	了解相关的图像处理概念	
3	学习使用各种选框、抠图工具	
4	完成基本的图像处理练习	

## 六、考核或评价标准

序号	步骤	分值
1	认识 PS 界面	10
2	了解相关的图像处理概念	10
3	学习使用各种选框、抠图工具	20
4	完成基本的图像处理练习	60

## 项目五、网络广告制作——微海报制作

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网络广告制作的需要，能制作微海报。

### 二、项目（实训）中的具体任务

案例练习

选择素材

构思微海报图文

完成基本的微海报作品

### 三、背景知识

PS 应用技巧，产品卖点设计

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 1、2 学时

#### 2、实训内容

案例练习

独特卖点构思：从产品层面设计卖点、

素材准备

图文构思

完成微海报作品

#### 3、实训步骤

序号	步骤	
1	案例练习	
2	独特卖点设计	

3	选择素材	
4	构思微海报图文	
5	完成基本的微海报作品	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	案例练习	10
2	选择素材	10
3	构思微海报图文	20
4	完成基本的微海报作品	60

## 项目六、H5 页面推广制作

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据营销产品推广的需要，能制作一份精美的 h5 推广页面。

### 二、项目（实训）中的具体任务

选 H5 页面设计平台选择

图文设计

制作吸引用户的内容

制定吸引用户的利益

### 三、背景知识

PS 应用、FABE 销售法则

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

H5 页面设计平台选择

图文设计

制作吸引用户的内容

制定吸引用户的利益

3、实训步骤

序号	步骤	
1	选 H5 页面设计平台选择	
2	图文构思	

3	制作吸引用户的内容	
4	制定吸引用户的利益	
5	完成 H5 页面推广作品	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	选 H5 页面设计平台选择	10
2	图文构思	10
3	制作吸引用户的内容	20
4	制定吸引用户的利益	20
5	完成 H5 页面推广作品	40

## 项目七、短视频营销制作：视频号、抖音等

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据产品推广的需要，能制作一个短视频。

### 二、项目（实训）中的具体任务

视频号定位

明确脚本主题

搭建框架

细节填充

### 三、背景知识

短视频制作拍摄理论与技巧

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

视频号定位

明确脚本主题

搭建框架

细节填充

3、实训步骤

序号	步骤	
1	视频号定位	
2	明确脚本主题	

3	搭建框架	
4	细节填充	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	视频号定位	10
2	明确脚本主题	10
3	搭建框架	20
4	细节填充	60

## 项目八、公众号推文制作

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据公众号平台推广的需要，写一篇有一定阅读量的推文。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、明确公众号定位
- 2、公众号设计
- 3、制定公众号选题
- 4、产出公众号优质内容
- 5、形成公众号排版风格
- 6、获取公众号订阅粉丝
- 7、跟踪数据，优化内容
- 8、公众号变现的 5 种模式

### 三、背景知识

市场定位、市场调研

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

明确公众号定位

公众号设计

制定公众号选题

产出公众号优质内容

形成公众号排版风格

获取公众号订阅粉丝

跟踪数据，优化内容

公众号变现的 5 种模式

### 3、实训步骤

序号	步骤	
1	明确公众号定位	
2	公众号设计	
3	制定公众号选题	
4	产出公众号优质内容	
5	形成公众号排版风格	
6	获取公众号订阅粉丝	
7	跟踪数据，优化内容	

### 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	制定公众号选题	10
2	产出公众号优质内容	10
3	形成公众号排版风格	20
4	获取公众号订阅粉丝	60

## 项目九、实体店/网店经营调查

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网店经营的需要，对实体店与网店进行市场调研。

### 二、项目（实训）中的具体任务

确定经营方向

选择若干实体店铺，调查其经营状况

选择若网络店铺，调查其经营状况

### 三、背景知识

市场调查方法（一手资料调查法、二手资料调查法）的应用。

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

(1) 网店或实体店经营情况调查表

1、商店名称		2、经营项目（内容）	3、店铺类型（淘宝店或天猫店）
4、软件服务年费	5、月销售额	6、人工支出预估	
预计利润元/月			

其他要考虑的费用

天猫店软件服务年费

平台扣点

办公室租金

水电费

(2) 网店目标市场策略分析

市场细分策略、目标市场选择策略、市场定位策略

(3) 网店市场营销组合策略分析

产品策略分析、价格策略分析、渠道策略分析、促销策略分析

### 3、实训步骤

序号	步骤	
1	完成网店、实体店经营调查表	
2	网店目标市场策略分析	
3	网店市场营销组合策略分析	

### 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	完成网店、实体店经营调查表	40
2	网店目标市场策略分析	30
3	网店市场营销组合策略分析	30

# 项目十、网店开设

## 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网络经营的需要，开设淘宝店铺或微店。

## 二、项目（实训）中的具体任务

个人注册开设网店一间

## 三、背景知识

淘宝店铺注册流程

## 四、实训工具与设备

电脑、互联网

## 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

分组、建立团队

确定经营方向，选择合适的产品

确定货源

注册店铺

初步进行店铺资料设置

关键点:选择什么类型的产品、产品竞争力分析

3、实训步骤

序号	步骤	
1	团队组建	
2	产品选择	
3	电脑端打开淘宝网，点击免费开店	

4	选择个人店铺	
5	支付宝认证与淘宝实名认证	
6	走完开店流程	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	电脑端打开淘宝网，点击免费开店	10
2	选择个人店铺	10
3	支付宝认证与淘宝实名认证	20
4	走完开店流程	60

## 项目十、网店首页设计

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网络经营的需要，进行网店首页设计。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、确定方案、目的及预期效果
- 2、确定风格、配色
- 3、选择首页主推产品
- 4、产品图片准备
- 5、找素材
- 6、用 PS 整体设计，形成初步效果

### 三、背景知识

首页设计逻辑与 PS 应用

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 1、2 学时

#### 2、实训内容

确定方案、目的及预期效果

确定风格、配色

选择首页主推产品

产品图片准备

找素材

用 PS 整体设计，形成初步效果

#### 3、实训步骤

序号	步骤	
1	确定方案、目的及预期效果	
2	确定风格、配色	
3	选择首页主推产品	
4	产品图片准备	
5	找素材	
6	用 PS 整体设计，形成初步效果	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	方案、目的及预期效果	20
2	风格、配色	20
3	首页主推产品	20
4	用 PS 整体设计，形成初步效果	40

# 项目十一、产品拍摄

## 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网店销售的要求，拍摄一组产品图片。

## 二、项目（实训）中的具体任务

了解产品拍摄目的

光线

布景

拍摄角度

拍摄构图

## 三、背景知识

光线、布景、拍摄角度、构图与 PS 应用

## 四、实训工具与设备

电脑、互联网

## 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

了解产品拍摄目的

光线

布景

拍摄角度

拍摄构图

3、实训步骤

序号	步骤	
1	调整光线	

2	布置背景	
3	调整拍摄角度	
4	产品拍摄构图	
5	完成作品	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	调整光线	20
2	布置背景	20
3	调整拍摄角度	20
4	产品拍摄构图	20
5	完成作品	20

## 项目十二、产品上传

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网店经营需要，为店铺上传至少 10 个产品。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、找到对应位置：进入淘宝卖家中心-宝贝管理-发布宝贝
- 2、选择合适的类目
- 3、填写属性

### 三、背景知识

淘宝产品上传规则与 PS 应用

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

找到对应位置：进入淘宝卖家中心-宝贝管理-发布宝贝

选择合适的类目

填写属性：选择全新宝贝、宝贝标题、类目属性、销售属性、淘宝主图优化、物流模板、发布

3、实训步骤

序号	步骤	
1	找到对应的发布位置	
2	选择合适的类目	
3	填写属性	

4	发布产品	
---	------	--

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	找到对应的发布位置	10
2	选择合适的类目	10
3	填写属性	20
4	发布产品	60

## 项目十三、网店店招设计

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根网店经营的需要，能制一幅网店店招。

### 二、项目（实训）中的具体任务

了解淘宝店铺店招的要求

PC 端店招操作

手机端店招操作

### 三、背景知识

PC 端店招：宽度为 950 像素，高度不超过 120 像素，否则导航店招会展示异常

手机端店招：宽度 750\*580，大小 400K 左右，支持格式 jpg、png

PS 应用知识

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

选框工具的属性

快速选择工具的属性

魔棒工具的属性

完成抠图任务

3、实训步骤

序号	步骤	
1	了解淘宝店铺店招的要求	
2	PC 端店招操作	

3	手机端店招操作	
4	发布店招	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	了解淘宝店铺店招的要求	10
2	PC 端店招操作	20
3	手机端店招操作	20
4	发布店招	50

## 项目十四、网店海报设计

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根网店经营的需要，能制一幅网店海报。

### 二、项目（实训）中的具体任务

了解电商海报设计的意义

电商海报设计要点

案例：简约海报的制作与安放

### 三、背景知识

电商海报设计要点 、PS 应用技能

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 1、2 学时

#### 2、实训内容

了解电商海报设计的意义

电商海报设计要点

案例：简约海报的制作与安放

#### 3、实训步骤

序号	步骤	
1	了解电商海报设计的意义	
2	电商海报设计要点	
3	案例：简约海报的制作与安放	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	了解电商海报设计的意义	20
2	电商海报设计要点	20
3	案例：简约海报的制作与安放	60

## 项目十五、网店无线店铺

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根据网店经营的需要，开设网店无线店铺。

### 二、项目（实训）中的具体任务

登录淘宝网首页，点击右上角【千牛卖家中心】

在【千牛卖家中心】首页左侧栏找到【店铺管理】--【店铺装修】

点击【店铺装修】

选择【手机端】

点击【一键装修首页】——进行设计装修

选择删减调整模块，最后点击【发布】

### 三、背景知识

无线端店铺装修流程

PS 应用知识

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

1、2 学时

2、实训内容

无线端店铺基本设置

无线端店铺产品上传、管理

无线端店铺活动设置

3、实训步骤

序号	步骤	
1	登录淘宝网首页，点击右上角【千牛卖家中心】	

2	在【千牛卖家中心】首页左侧栏找到【店铺管理】--【店铺装修】	
3	点击【店铺装修】	
4	选择【手机端】	
5	点击【一键装修首页】——进行设计装修	
6	选择删减调整模块，最后点击【发布】	

## 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	无线端店铺基本设置	10
2	无线端店铺产品上传、管理	20
3	无线端店铺活动设置	20

## 项目十六、网络营销策划方案

### 一、实训目标

通过本此实训，培养学生良好的职业道德、敬业精神、团结协作和社会责任意识；能根网店经营方向，制作一份网店经营策划方案。

### 二、项目（实训）中的具体任务

完成一份网店经营策划方案

### 三、背景知识

市场营销策划知识

### 四、实训工具与设备

电脑、互联网

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 1、2 学时

#### 2、实训内容

（一）网店环境分析： 1、宏观环境 2、微观环境（顾客、企业内部、竞争对手、中间商、社会团体、供应商）

（二）SWOT 分析（可略写）

（三）目标市场战略：

1、市场细分 2、目标市场选择 3、市场定位

（四）网店市场营销组合策略

1、产品策略：（产品整体概念、产品功能，系列，品牌，包装，服务等）。

2、定价策略：（定价方法、定价策略。）

3、渠道策略：（网络直接销售、网络间接销售；密集分销、选择分销、独家分销）。

4、促销策略：（包站内营销（店内营销、站内推广，站外营销：网络广告、搜索引擎营销、微信、微博等平台推广）。

（四）网店财务预算：主要开支预算。预计费用表、利润表。（可不写）

### 3、实训步骤

序号	步骤	
1	了解策划方案内容	
2	完成策划方案	
3	演示	

### 六、考核或评价标准

序号	项目	分值
1	网店环境分析	20
2	网店 SWOT 分析	20
3	网店目标市场战略	20
4	网店市场营销组合策略	20
5	网店财务预算	20

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	数智经济贸易学院
专    业:	电子商务
课    程:	《电商运营及分析企业实战》
制    定    人:	姚丹婷
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	12(第1周至第16周内安排)
实训总学时:	24
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一、电商数据分析工具 .....	3
项目二、市场行情与行业形势分析工具 .....	6
项目三、竞争对手分析工具 .....	8
项目四、店铺定位与商品分析 .....	10
项目五、店铺流量分析工具 .....	14
项目六、搜索引擎优化工具 .....	18
项目七、运营指标与营销分析工具 .....	22
项目八、商品销售与库存分析工具 .....	24
项目九、客服数据分析工具 .....	26
项目十、会员数据分析工具 .....	28

## 项目一、电商数据分析工具

### 一、实训目标

- 了解电商数据的类型与特性
- 熟悉电商数据分析的作用、思维、
- 掌握电商数据分析的常用工具以及流程
- 掌握电商数据的分析指标与方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

三、（1）通过讲解电商数据的类型和特性，让学生了解什么是电商数据；（2）讲解电商数据分析概述，让学生掌握电商数据分析的基本思维、常用工具以及分析流程；（3）讲解电商数据分析的指标与方法，让学生了解如何进行有效分析；（4）安排实战训练和课后练习。

### 四、背景知识

1. 阿里指数 <http://alizes.taobao.com>
2. 百度指数 <http://index.baidu.com>
3. 平台数据软件：生意参谋
4. swot 分析是通过企业自身竞争优势、劣势、外部机会和威胁等因素列举、相互匹配分析，将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机地结合起来的一种分析方法

### 五、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 六、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、电商数据分析有何作用？

## 2、电商数据分析的常用方法有哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 1.1 什么是电商数据

#### 1.1.1 电商数据的类型

1. 数字
2. 文字图形
3. 图表

#### 1.1.2 电商数据的特性

1. 容量特性
2. 种类特性
3. 时效特性

### 1.2 电商数据分析概述

#### 1.2.1 电商数据分析的作用

1. 事前预判
2. 事中监控
3. 事后优化

#### 1.2.2 电商数据分析的思维

1. 对比思维
2. 追踪思维
3. 分解思维
4. 锚点思维
5. 结合思维

### 1.2.3 电商数据分析的常用工具

1. 指数类工具
2. 平台类工具
3. 第三方工具

### 1.2.4 电商数据分析的基本流程

1. 常规分析
2. 内外因素分解分析
3. DOSS 分析

## 1.3 电商数据分析的指标与方法

### 1.3.1 电商数据分析的指标

1. 流量类指标
2. 交易类指标
3. 商品类指标
4. 其他指标

### 1.3.2 电商数据分析的常用方法

1. 直接观察法
2. AB 测试法
3. 对比分析法
4. 转化漏斗法
5. 七何分析法
6. 杜邦拆解法

## 实战训练—— 初次体验电商数据分析

## 课后练习

知识拓展—— 电商数据分析人员的基本要求

### 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目二、市场行情与行业形势分析工具

### 一、实训目标

- 掌握市场容量和行业趋势的分析
- 熟悉热门商品的寻找方法
- 掌握市场潜力的分析
- 了解行业波动和行业垄断程度的计算
- 掌握行业前景的分析

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）从市场容量、热门商品、行业趋势和市场潜力等方面介绍如何分析市场行情，让学生学会利用生意参谋、Excel 等工具收集并处理数据，进而分析市场和行业发展趋势与潜力；

（2）通过讲解行业形势分析，让学生能够全方位地利用波动系数与极差、行业集中度、环比与同比、波士顿矩阵等方法挖掘市场和行业

的情况；

(3) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

在生意参谋中获取自己想要了解的行业市场数据，并在 Excel 表格中利用数据透视表和数据透视图等功能对数据进行分析，从而巩固知识点。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

知识回顾：在前面介绍了电商数据的类型与特性，分析电商数据的目的、思维、工具与流程，电商数据分析的方法等内容。

讨论问题：1、如何寻找热门商品？

2、波士顿矩阵包含哪 4 个象限？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 2.1 市场行情分析

2.1.1 了解市场容量

2.1.2 认清行业趋势

2.1.3 寻找热门商品

2.1.4 分析市场潜力

#### 2.2 行业形势分析

2.2.1 分析行业波动

2.2.2 计算行业垄断程度

### 2.2.3 透视行业前景

实战训练—— 综合分析 2018 年女装 1 市场行情

课后练习

知识拓展—— 行业趋势各阶段透视

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目三、竞争对手分析工具

### 一、实训目标

- 了解分析竞争对手的作用
- 熟悉竞争对手的确定方法和数据收集渠道
- 掌握数据竞争对手分析的模型
- 掌握竞店、竞品和竞争品牌的数据化分析方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过介绍竞争对手概述，让学生学会如何精准地找到客户资源，更有效地进行广告投放，更合理地制定运营策略，最终更好地提升店铺流量和交易金额；

（2）通过对 SWOT 模型和波特竞争力模型的讲解，让学生掌握分析竞争对手的方法；

（3）通过讲解在生意参谋和店侦探中配置竞争对手，并进行竞店、

竞品和品牌分析，让学生学会如何借助大数据来分析竞争对手；

(4) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了市场容量分析、行业趋势分析、热门商品分析、市场潜力分析、行业波动分析、行业垄断程度分析、行业前景分析等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、界定竞争对手的争夺资源是指哪些？

2、收集竞争对手数据的方法有哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 3.1 竞争对手概述

3.1.1 认识不同的竞争对手

3.1.2 分析竞争对手的作用

3.1.3 确定竞争对手与收集数据

1. 确定竞争对手

2. 收集竞争对手数据

#### 3.2 竞争对手分析的常用模型

3.2.1 SWOT 模型

3.2.2 波特竞争力模型

#### 3.3 竞争对手数据化分析

3.3.1 竞店分析

1. 使用生意参谋分析竞店

2. 分析竞店整体情况

### 3.3.2 竞品分析

1. 使用生意参谋分析竞品

2. 分析竞品每天的销售情况

### 3.3.3 竞争品牌分析

实战训练—— 竞店的商品数量与销量分析

课后练习

知识拓展—— 通过对比思维确定竞争对手

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。

2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目四、店铺定位与商品分析

### 一、实训目标

掌握以消费者为导向定位店铺

了解店铺页面的规划与定位

熟悉商品的规划、测试与定位

☑ 掌握商品定价的策略与技巧

## 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过介绍店铺定位与风格设计，让学生了解店铺的定位、风格、装修等都应该以消费者为导向进行设计，只有这样才能吸引流量；

（2）通过讲解商品覆盖规划，让学生能够根据市场需求反映出的数据，规划出可以经营的商品类目和种类；

（3）通过讲解直通车钻石展位和店铺内部测试等测试内容，让学生掌握利用各种工具对商品进行测试的方法；

（4）通过讲解商品测试后的数据分析，让学生了解对商品进行测试后，还需要对重点关注的指标进行分析；

（5）通过讲解商品定位规划，让学生掌握店铺打造引流款、利润款、形象款、活动款的方法；

（6）通过讲解商品定价，让学生能够自主完成商品的定价工作；

（7）安排实战训练和课后练习。

## 三、背景知识

在前面讲解了竞争对手的界定、竞争对手分析的目的与数据收集、竞争对手分析的常用模型、竞店分析、竞品分析、竞争品牌分析等内容。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、中小型店铺如何定价？

2、商品定价的方法有哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 4.1 店铺定位与风格设计

##### 4.1.1 以客户为导向定位店铺

1. 根据访客画像定位
2. 根据搜索人群画像定位

##### 4.1.2 店铺页面规划与定位

1. 首页
2. 商品详情页
3. 其他页面

#### 4.2 商品规划、测试与定位

##### 4.2.1 商品覆盖规划

1. 类目覆盖
2. 属性覆盖

##### 4.2.2 进行全方位的商品测试

1. 直通车测试
2. 钻石展位测试
3. 店铺内部测试

##### 4.2.3 商品测试后的数据分析

1. 测试指标
2. 测试分析

#### 4.2.4 商品定位规划

1. 引流款商品
2. 利润款商品
3. 形象款商品
4. 活动款商品
5. 边缘款商品

#### 4.3 商品定价

##### 4.3.1 商品定价的常用策略

1. 基于成本的定价
2. 基于竞争对手的定价
3. 基于商品价值的定价

##### 4.3.2 商品定价的技巧

1. 锚定效应
2. 损失厌恶
3. 诱饵效应
4. 折中效应
5. 预期效应
6. 心理账户

实战训练—— 类目与属性覆盖分析

课后练习

知识拓展——商品定位五步法

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目五、店铺流量分析工具

### 一、实训目标

- 了解不同类型的流量
- 掌握不同引流工具的付费规则
- 掌握店铺流量结构与页面分析
- 熟悉店铺流量取数分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

- （1）通过介绍流量的不同类型，让学生掌握免费流量、付费流量、站内流量的获取途径；
- （2）通过淘宝客、直通车、钻石展位来讲解不同引流工具的付费规则，让学生学会选择合适的引流工具进行推广；

(3) 介绍店铺流量结构与页面分析，让学生了解店铺流量的构成，学会对流量不足的页面进行相应优化；

(4) 通过讲解生意参谋“取数”板块中的自定义取数功能，让学生掌握指定指标数据的获取及分析方法；

(5) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了店铺定位与风格设计，商品规划、测试与定位，商品定价等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、店铺如何获得免费流量？

2、如何获取自定义流量指标？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 5.1 流量的不同类型

##### 5.1.1 至关重要的免费流量

1. 直接访问
2. 商品收藏
3. 购物车
4. 已买到的商品

##### 5.1.2 节省不得的付费流量

1. 淘宝客

- 2. 直通车
- 3. 钻石展位
- 4. 促销活动
- 5.1.3 充分利用免费的站内流量
  - 1. 微淘
  - 2. 淘宝头条
- 5.1.4 不可忽视的站外流量
- 5.2 引流工具的付费规则
  - 5.2.1 提供佣金让淘宝客来推广
    - 1. 淘宝客的组成
    - 2. 淘宝客佣金规定
  - 5.2.2 精准营销靠直通车
  - 5.2.3 店铺引流用钻石展位
    - 1. 钻石展位计费公式
    - 2. 钻石展位的定向
    - 3. 钻石展位的竞价规则
- 5.3 店铺流量结构与页面分析
  - 5.3.1 店铺流量结构剖析
    - 1. 店铺流量来源趋势分析
    - 2. 店铺流量来源构成分析
  - 5.3.2 店铺页面流量分析
    - 1. 页面入口流量分析

2. 店铺访问路径分析
3. 页面访问排行分析
4. 页面流量去向分析
5. 商品详情页流量分析

#### 5.4 店铺流量取数分析

##### 5.4.1 自定义取数报表

##### 5.4.2 分析店铺流量

实战训练——分析店铺页面的流量情况

课后练习

知识拓展——手淘页面模块点击流量分析

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目六、搜索引擎优化工具

### 一、实训目标

- 熟悉权重的概念，以及加权和降权的行为
- 掌握淘宝 SEO 搜索引擎优化的操作
- 了解个性化搜索的原理
- 掌握个性化搜索的优化技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过介绍权重与搜索排名，让学生掌握提升店铺权重、商品权重和关键词权重的方法；

（2）通过讲解淘宝 SEO 搜索引擎优化，让学生学会通过优化店铺商品的标题、类目、上下架时间等方法来获取较好的排名；

（3）通过介绍个性化搜索，让学生掌握个性化搜索的优化技巧；

（4）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

在前面讲解了流量的类型、引流工具的付费规则、店铺流量结构与页面分析、店铺流量取数分析等内容。

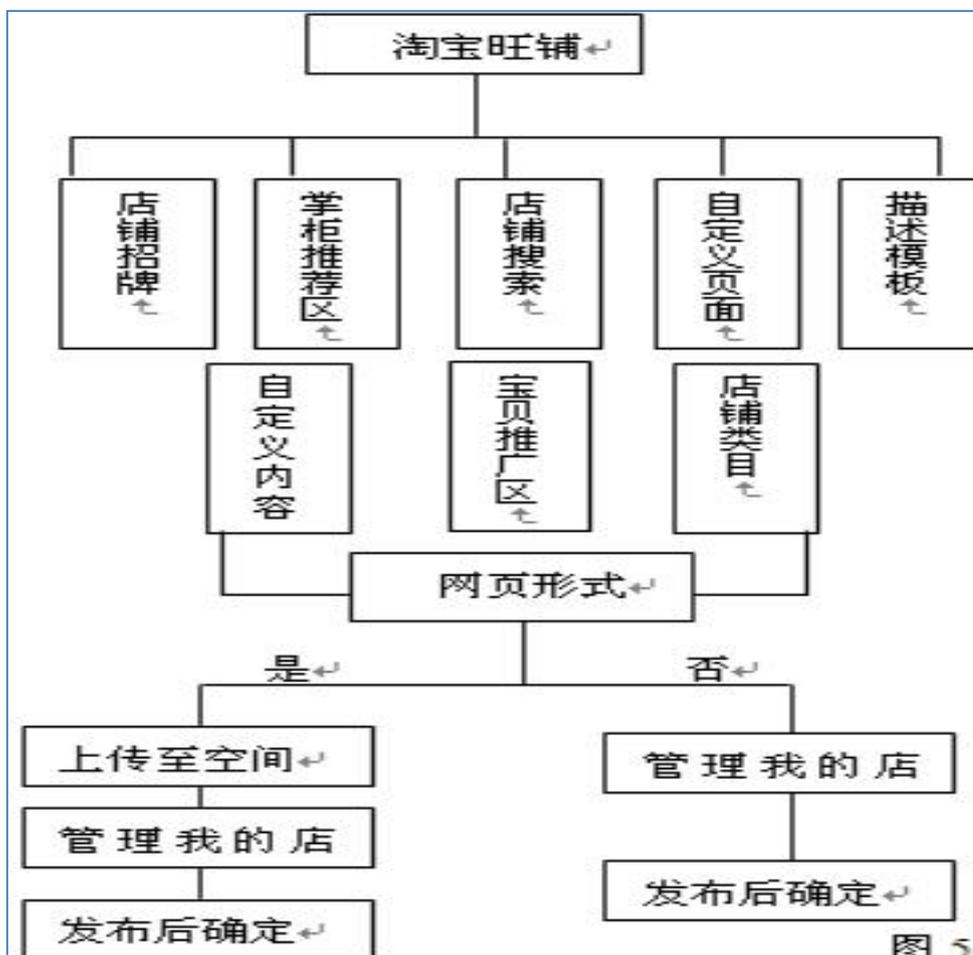
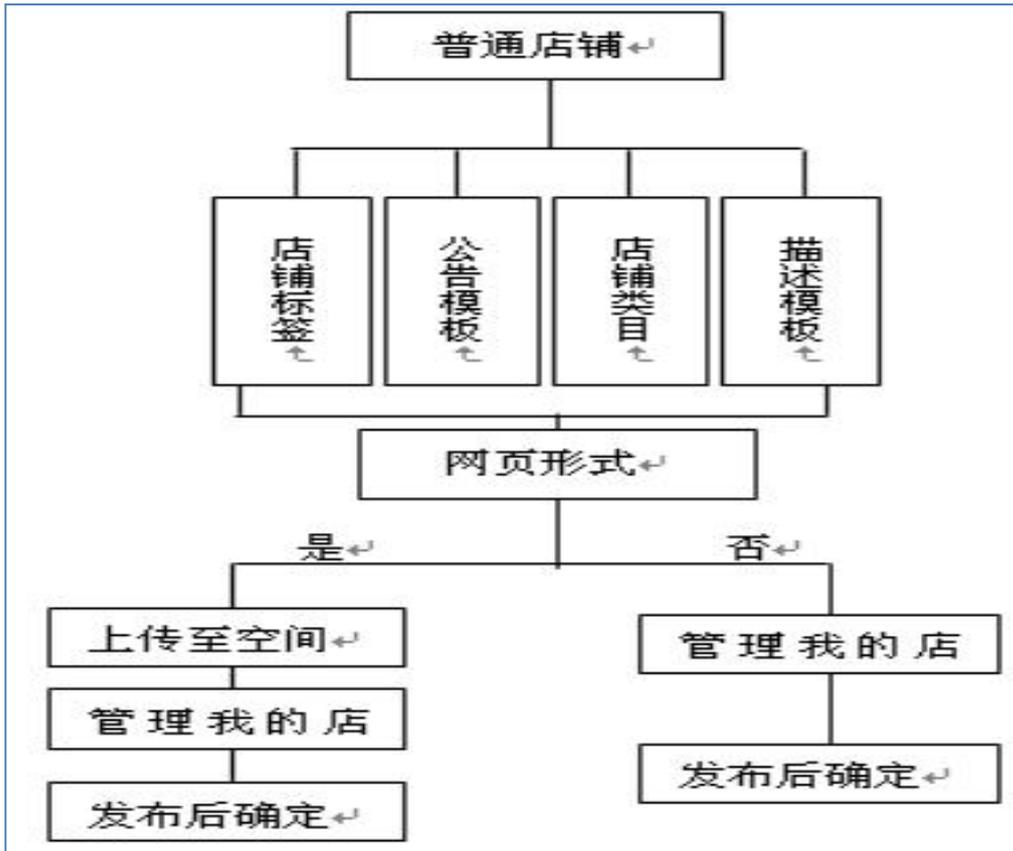


图 5-

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、提升商品搜索排名的方法有哪些？

2、如何安排商品的上下架时间？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 6.1 权重与搜索排名

#### 6.1.1 权重的概念

#### 6.1.2 加权的基本操作

1. 店铺权重

2. 商品权重

3. 关键词权重

#### 6.1.3 避免店铺商品被降权

### 6.2 淘宝 SEO 搜索引擎优化

#### 6.2.1 类目与属性优化

1. 类目优化

2. 属性优化

#### 6.2.2 标题关键词优化

1. 关键词分类

2. 关键词竞争度分析

3. 将关键词组合为标题

### 6.2.3 商品上下架优化

## 6.3 个性化搜索

### 6.3.1 个性化搜索的基本原理

1. 消费者标签的形成
2. 商品标签的形成

### 6.3.2 影响个性化搜索的因素

### 6.3.3 个性化搜索的优化技巧

1. 找准定位
2. 做好商品与服务
3. 商品随喜好改变
4. 打上信用标签

实战训练——为内搭吊带背心拟定标题

课后练习

知识拓展——拟定商品标题的禁忌

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目七、运营指标与营销分析工具

### 一、实训目标

- ☑ 掌握转化率及其相关指标分析
- ☑ 掌握客单价指标分析
- ☑ 熟悉投入产出比指标
- ☑ 熟悉爆款的打造与关联营销的技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过讲解转化率指标分析，让学生熟悉利用漏斗模型分析转化率，掌握提高转化率的有效方法；

（2）讲解客单价指标分析，让学生掌握影响客单价指标的因素以及提升客单价的方法；

（3）通过讲解投入产出比指标分析，让学生掌握优化 ROI 指标的方法；

（4）介绍爆款打造与关联营销，让学生掌握打造爆款与关联营销的运营思路；

（5）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了介绍权重的概念、淘宝 SEO 搜索引擎优化、个性化搜索等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、如何打造爆款？

2、如何提高质量得分？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

## 7.1 转化率指标分析

7.1.1 转化率及相关指标解读

7.1.2 借助漏斗模型分析转化率

7.1.3 单品转化分析

7.1.4 提高转化率的有效方法

## 7.2 客单价指标分析

7.2.1 客单价指标的影响因素

7.2.2 提升客单价的方法

## 7.3 投入产出比指标分析

7.3.1 ROI 的计算公式

7.3.2 优化 ROI 指标的方法

## 7.4 爆款打造与关联营销

7.4.1 爆款的打造与运营

7.4.2 关联营销

实战训练——分析单品流量渠道数据

课后练习

知识拓展——浅谈内容营销中的微淘

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。

2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目八、商品销售与库存分析工具

### 一、实训目标

- 掌握商品销售分析的方法
- 掌握电商库存数据化分析的方法
- 熟悉商品的备货与补货分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

(1) 从销售趋势、销售指标、SKU 销售数据，以及商品退款金额与退款率等方面来进行商品销售分析，让学生学会全面了解商品销售情况并更好地进行商品管理；

(2) 从结构、量化、管理和预测等方面，全方位对电商库存进行数据化分析的介绍，让学生能够使用数据化方法管理商品库存；

(3) 介绍备货与补货分析，让学生学会利用生意参谋中的商品销量预测功能，智能提醒每个商品实时的备货量和补货量。

(4) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了介绍转化率指标分析、客单价指标分析、投入产出比指标分析、爆款打造与关联营销等内容。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、商品销售分析主要包括哪些内容？

2、库存数据由哪些数据组成？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 8.1 商品销售分析

8.1.1 销售趋势与销售指标分析

8.1.2 SKU 销售数据分析

8.1.3 商品退款金额与退款率分析

### 8.2 电商库存数据化分析

8.2.1 库存结构分析

8.2.2 量化库存

8.2.3 管理库存

8.2.4 预测库存

### 8.3 备货与补货分析

8.3.1 商品生命周期分析

8.3.2 智能确定备货量与补货量

实战训练——分析店铺商品的库存周转率

课后练习

知识拓展——商品补货时的属性选择

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目九、客服数据分析工具

### 一、实训目标

- 掌握店铺 DSR 评分的计算与提升方法
- 了解客服日常管理
- 熟悉客服 KPI 数据分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

- （1）介绍店铺 DSR 评分分析，让学员能够正确计算 DSR，并能掌握提升 DSR 的各种方法；
- （2）介绍客服 KPI 数据分析，让学生学会如何通过数据化管理打造金牌客服；
- （3）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了商品销售分析、电商库存数据化分析、备货与补货分析等内容。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、DSR 对网店有什么影响？

2、如何提升 DSR？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 9.1 店铺 DSR 评分分析

9.1.1 DSR 的作用

9.1.2 DSR 评分的计算方法

9.1.3 提升 DSR 评分

### 9.2 客服分析

9.2.1 客服日常管理

9.2.2 客服 KPI 数据分析

实战训练——建立客服 KPI 考核系统

课后练习

知识拓展——打造金牌客服

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。

2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目十、会员数据分析工具

### 一、实训目标

- 了解会员数据的作用和获取途径
- 掌握各种会员数据的分析方法
- 掌握 RFM 模型的分析方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过讲解会员数据概述，让学生了解会员数据的作用与数据的获取方法；

（2）从会员分布情况、会员数量的变动情况、会员的生命周期、会员的潜在价值来介绍会员数据的分析，让学生能够有效地分析并管理会员数据；

（3）通过对使用 RFM 模型分析会员数据的介绍，让学生能够熟练使用 RFM 模型来分析会员数据；

（4）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了店铺 DSR 评分分析、客服日常管理、客服 KPI 数据分析等内容。

### 六、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 七、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、如何获取会员数据？

2、会员数据的分析内容包括哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

## 10.1 会员数据概述

### 10.1.1 会员数据的作用

### 10.1.2 获取会员数据的途径

## 10.2 会员数据的分析

### 10.2.1 分析会员分布情况

### 10.2.2 分析会员数量的变动情况

### 10.2.3 分析会员生命周期

### 10.2.4 分析会员的潜在价值

## 10.3 使用 RFM 模型分析会员数据

### 10.3.1 了解 RFM 模型

### 10.3.2 利用 RFM 模型分析会员 111 分析

实战训练——分析会员年龄与地域分布

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	《电商运营及分析实战》
制    定    人:	姚丹婷
实训周(次)学时:	4
实训周(次)数:	12(第1周至第12周内安排)
实训总学时:	48
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一、电商数据分析工具 .....	3
项目二、市场行情与行业形势分析工具 .....	6
项目三、竞争对手分析工具 .....	8
项目四、店铺定位与商品分析 .....	10
项目五、店铺流量分析工具 .....	14
项目六、搜索引擎优化工具 .....	18
项目七、运营指标与营销分析工具 .....	22
项目八、商品销售与库存分析工具 .....	24
项目九、客服数据分析工具 .....	26
项目十、会员数据分析工具 .....	28

# 项目一、电商数据分析工具

## 一、实训目标

了解电商数据的类型与特性

熟悉电商数据分析的作用、思维、

掌握电商数据分析的常用工具以及流程

掌握电商数据的分析指标与方法

## 二、项目（实训）中的具体任务

三、（1）通过讲解电商数据的类型和特性，让学生了解什么是电商数据；（2）讲解电商数据分析概述，让学生掌握电商数据分析的基本思维、常用工具以及分析流程；（3）讲解电商数据分析的指标与方法，让学生了解如何进行有效分析；（4）安排实战训练和课后练习。

## 四、背景知识

1. 阿里指数 <http://alizes.taobao.com>
2. 百度指数 <http://index.baidu.com>
3. 平台数据软件：生意参谋
4. swot 分析是通过企业自身竞争优势、劣势、外部机会和威胁等因素列举、相互匹配分析，将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机地结合起来的一种分析方法

## 五、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 六、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、电商数据分析有何作用？

## 2、电商数据分析的常用方法有哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 1.1 什么是电商数据

#### 1.1.1 电商数据的类型

1. 数字
2. 文字图形
3. 图表

#### 1.1.2 电商数据的特性

1. 容量特性
2. 种类特性
3. 时效特性

### 1.2 电商数据分析概述

#### 1.2.1 电商数据分析的作用

1. 事前预判
2. 事中监控
3. 事后优化

#### 1.2.2 电商数据分析的思维

1. 对比思维
2. 追踪思维
3. 分解思维
4. 锚点思维
5. 结合思维

### 1.2.3 电商数据分析的常用工具

1. 指数类工具
2. 平台类工具
3. 第三方工具

### 1.2.4 电商数据分析的基本流程

1. 常规分析
2. 内外因素分解分析
3. DOSS 分析

## 1.3 电商数据分析的指标与方法

### 1.3.1 电商数据分析的指标

1. 流量类指标
2. 交易类指标
3. 商品类指标
4. 其他指标

### 1.3.2 电商数据分析的常用方法

1. 直接观察法
2. AB 测试法
3. 对比分析法
4. 转化漏斗法
5. 七何分析法
6. 杜邦拆解法

## 实战训练—— 初次体验电商数据分析

## 课后练习

知识拓展—— 电商数据分析人员的基本要求

### 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目二、市场行情与行业形势分析工具

### 一、实训目标

掌握市场容量和行业趋势的分析

熟悉热门商品的寻找方法

掌握市场潜力的分析

了解行业波动和行业垄断程度的计算

掌握行业前景的分析

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）从市场容量、热门商品、行业趋势和市场潜力等方面介绍如何分析市场行情，让学生学会利用生意参谋、Excel 等工具收集并处理数据，进而分析市场和行业发展趋势与潜力；

（2）通过讲解行业形势分析，让学生能够全方位地利用波动系数与极差、行业集中度、环比与同比、波士顿矩阵等方法挖掘市场和行业

的情况；

(3) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

在生意参谋中获取自己想要了解的行业市场数据，并在 Excel 表格中利用数据透视表和数据透视图等功能对数据进行分析，从而巩固知识点。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

知识回顾：在前面介绍了电商数据的类型与特性，分析电商数据的目的、思维、工具与流程，电商数据分析的方法等内容。

讨论问题：1、如何寻找热门商品？

2、波士顿矩阵包含哪 4 个象限？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 2.1 市场行情分析

2.1.1 了解市场容量

2.1.2 认清行业趋势

2.1.3 寻找热门商品

2.1.4 分析市场潜力

#### 2.2 行业形势分析

2.2.1 分析行业波动

2.2.2 计算行业垄断程度

### 2.2.3 透视行业前景

实战训练—— 综合分析 2018 年女装 1 市场行情

课后练习

知识拓展—— 行业趋势各阶段透视

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目三、竞争对手分析工具

### 一、实训目标

了解分析竞争对手的作用

熟悉竞争对手的确定方法和数据收集渠道

掌握数据竞争对手分析的模型

掌握竞店、竞品和竞争品牌的数据化分析方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过介绍竞争对手概述，让学生学会如何精准地找到客户资源，更有效地进行广告投放，更合理地制定运营策略，最终更好地提升店铺流量和交易金额；

（2）通过对 SWOT 模型和波特竞争力模型的讲解，让学生掌握分析竞争对手的方法；

（3）通过讲解在生意参谋和店侦探中配置竞争对手，并进行竞店、

竞品和品牌分析，让学生学会如何借助大数据来分析竞争对手；

(4) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了市场容量分析、行业趋势分析、热门商品分析、市场潜力分析、行业波动分析、行业垄断程度分析、行业前景分析等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、界定竞争对手的争夺资源是指哪些？

2、收集竞争对手数据的方法有哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 3.1 竞争对手概述

3.1.1 认识不同的竞争对手

3.1.2 分析竞争对手的作用

3.1.3 确定竞争对手与收集数据

1. 确定竞争对手

2. 收集竞争对手数据

#### 3.2 竞争对手分析的常用模型

3.2.1 SWOT 模型

3.2.2 波特竞争力模型

#### 3.3 竞争对手数据化分析

3.3.1 竞店分析

1. 使用生意参谋分析竞店

2. 分析竞店整体情况

### 3.3.2 竞品分析

1. 使用生意参谋分析竞品

2. 分析竞品每天的销售情况

### 3.3.3 竞争品牌分析

实战训练—— 竞店的商品数量与销量分析

课后练习

知识拓展—— 通过对比思维确定竞争对手

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。

- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。

- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目四、店铺定位与商品分析

### 一、实训目标

掌握以消费者为导向定位店铺

了解店铺页面的规划与定位

熟悉商品的规划、测试与定位

## 掌握商品定价的策略与技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过介绍店铺定位与风格设计，让学生了解店铺的定位、风格、装修等都应该以消费者为导向进行设计，只有这样才能吸引流量；

（2）通过讲解商品覆盖规划，让学生能够根据市场需求反映出的数据，规划出可以经营的商品类目和种类；

（3）通过讲解直通车钻石展位和店铺内部测试等测试内容，让学生掌握利用各种工具对商品进行测试的方法；

（4）通过讲解商品测试后的数据分析，让学生了解对商品进行测试后，还需要对重点关注的指标进行分析；

（5）通过讲解商品定位规划，让学生掌握店铺打造引流款、利润款、形象款、活动款的方法；

（6）通过讲解商品定价，让学生能够自主完成商品的定价工作；

（7）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

在前面讲解了竞争对手的界定、竞争对手分析的目的与数据收集、竞争对手分析的常用模型、竞店分析、竞品分析、竞争品牌分析等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、中小型店铺如何定价？

2、商品定价的方法有哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 4.1 店铺定位与风格设计

##### 4.1.1 以客户为导向定位店铺

1. 根据访客画像定位
2. 根据搜索人群画像定位

##### 4.1.2 店铺页面规划与定位

1. 首页
2. 商品详情页
3. 其他页面

#### 4.2 商品规划、测试与定位

##### 4.2.1 商品覆盖规划

1. 类目覆盖
2. 属性覆盖

##### 4.2.2 进行全方位的商品测试

1. 直通车测试
2. 钻石展位测试
3. 店铺内部测试

##### 4.2.3 商品测试后的数据分析

1. 测试指标
2. 测试分析

#### 4.2.4 商品定位规划

1. 引流款商品
2. 利润款商品
3. 形象款商品
4. 活动款商品
5. 边缘款商品

#### 4.3 商品定价

##### 4.3.1 商品定价的常用策略

1. 基于成本的定价
2. 基于竞争对手的定价
3. 基于商品价值的定价

##### 4.3.2 商品定价的技巧

1. 锚定效应
2. 损失厌恶
3. 诱饵效应
4. 折中效应
5. 预期效应
6. 心理账户

实战训练—— 类目与属性覆盖分析

课后练习

知识拓展——商品定位五步法

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目五、店铺流量分析工具

### 一、实训目标

- 了解不同类型的流量
- 掌握不同引流工具的付费规则
- 掌握店铺流量结构与页面分析
- 熟悉店铺流量取数分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

- （1）通过介绍流量的不同类型，让学生掌握免费流量、付费流量、站内流量的获取途径；
- （2）通过淘宝客、直通车、钻石展位来讲解不同引流工具的付费规则，让学生学会选择合适的引流工具进行推广；

(3) 介绍店铺流量结构与页面分析，让学生了解店铺流量的构成，学会对流量不足的页面进行相应优化；

(4) 通过讲解生意参谋“取数”板块中的自定义取数功能，让学生掌握指定指标数据的获取及分析方法；

(5) 安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了店铺定位与风格设计，商品规划、测试与定位，商品定价等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、店铺如何获得免费流量？

2、如何获取自定义流量指标？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 5.1 流量的不同类型

##### 5.1.1 至关重要的免费流量

1. 直接访问
2. 商品收藏
3. 购物车
4. 已买到的商品

##### 5.1.2 节省不得的付费流量

1. 淘宝客

- 2. 直通车
- 3. 钻石展位
- 4. 促销活动
- 5.1.3 充分利用免费的站内流量
  - 1. 微淘
  - 2. 淘宝头条
- 5.1.4 不可忽视的站外流量
- 5.2 引流工具的付费规则
  - 5.2.1 提供佣金让淘宝客来推广
    - 1. 淘宝客的组成
    - 2. 淘宝客佣金规定
  - 5.2.2 精准营销靠直通车
  - 5.2.3 店铺引流用钻石展位
    - 1. 钻石展位计费公式
    - 2. 钻石展位的定向
    - 3. 钻石展位的竞价规则
- 5.3 店铺流量结构与页面分析
  - 5.3.1 店铺流量结构剖析
    - 1. 店铺流量来源趋势分析
    - 2. 店铺流量来源构成分析
  - 5.3.2 店铺页面流量分析
    - 1. 页面入口流量分析

2. 店铺访问路径分析
3. 页面访问排行分析
4. 页面流量去向分析
5. 商品详情页流量分析

#### 5.4 店铺流量取数分析

##### 5.4.1 自定义取数报表

##### 5.4.2 分析店铺流量

实战训练——分析店铺页面的流量情况

课后练习

知识拓展——手淘页面模块点击流量分析

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目六、搜索引擎优化工具

### 一、实训目标

熟悉权重的概念，以及加权和降权的行为

掌握淘宝 SEO 搜索引擎优化的操作

了解个性化搜索的原理

掌握个性化搜索的优化技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过介绍权重与搜索排名，让学生掌握提升店铺权重、商品权重和关键词权重的方法；

（2）通过讲解淘宝 SEO 搜索引擎优化，让学生学会通过优化店铺商品的标题、类目、上下架时间等方法来获取较好的排名；

（3）通过介绍个性化搜索，让学生掌握个性化搜索的优化技巧；

（4）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

在前面讲解了流量的类型、引流工具的付费规则、店铺流量结构与页面分析、店铺流量取数分析等内容。

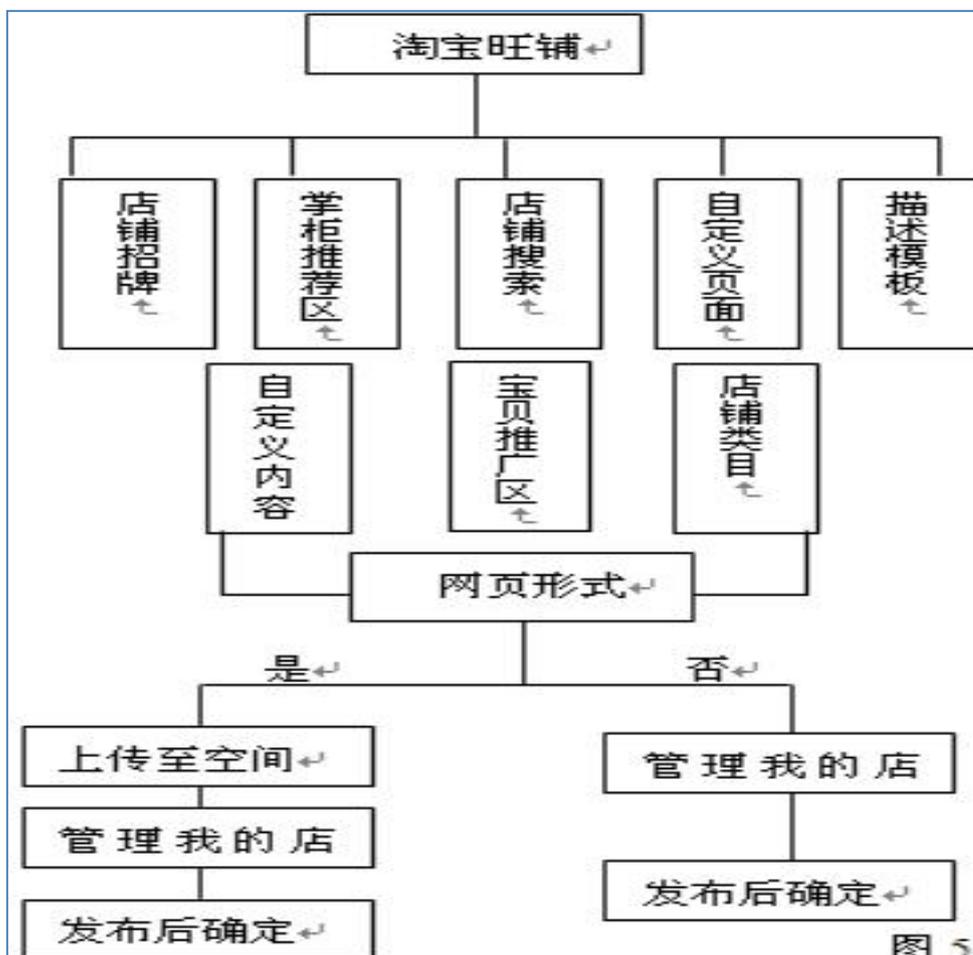
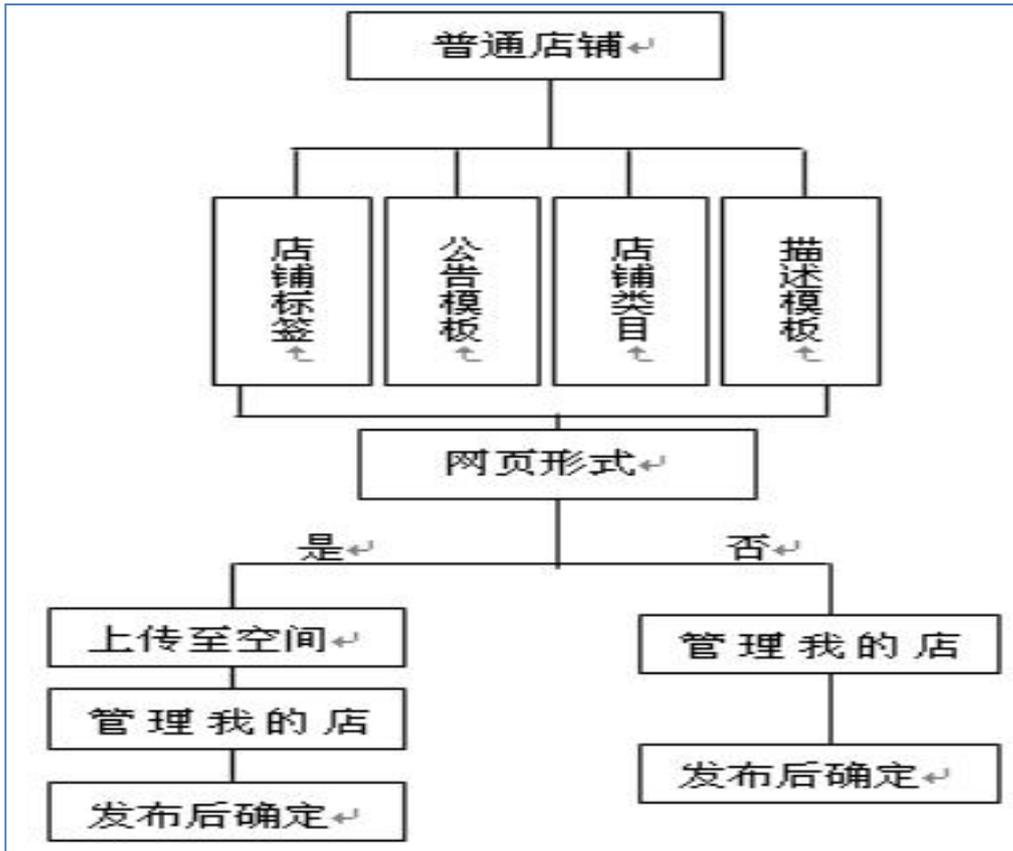


图 5-

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、提升商品搜索排名的方法有哪些？

2、如何安排商品的上下架时间？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 6.1 权重与搜索排名

#### 6.1.1 权重的概念

#### 6.1.2 加权的基本操作

1. 店铺权重

2. 商品权重

3. 关键词权重

#### 6.1.3 避免店铺商品被降权

### 6.2 淘宝 SEO 搜索引擎优化

#### 6.2.1 类目与属性优化

1. 类目优化

2. 属性优化

#### 6.2.2 标题关键词优化

1. 关键词分类

2. 关键词竞争度分析

3. 将关键词组合为标题

### 6.2.3 商品上下架优化

## 6.3 个性化搜索

### 6.3.1 个性化搜索的基本原理

1. 消费者标签的形成
2. 商品标签的形成

### 6.3.2 影响个性化搜索的因素

### 6.3.3 个性化搜索的优化技巧

1. 找准定位
2. 做好商品与服务
3. 商品随喜好改变
4. 打上信用标签

实战训练——为内搭吊带背心拟定标题

课后练习

知识拓展——拟定商品标题的禁忌

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目七、运营指标与营销分析工具

### 一、实训目标

掌握转化率及其相关指标分析

掌握客单价指标分析

熟悉投入产出比指标

熟悉爆款的打造与关联营销的技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过讲解转化率指标分析，让学生熟悉利用漏斗模型分析转化率，掌握提高转化率的有效方法；

（2）讲解客单价指标分析，让学生掌握影响客单价指标的因素以及提升客单价的方法；

（3）通过讲解投入产出比指标分析，让学生掌握优化 ROI 指标的方法；

（4）介绍爆款打造与关联营销，让学生掌握打造爆款与关联营销的运营思路；

（5）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了介绍权重的概念、淘宝 SEO 搜索引擎优化、个性化搜索等内容。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、如何打造爆款？

2、如何提高质量得分？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

## 7.1 转化率指标分析

7.1.1 转化率及相关指标解读

7.1.2 借助漏斗模型分析转化率

7.1.3 单品转化分析

7.1.4 提高转化率的有效方法

## 7.2 客单价指标分析

7.2.1 客单价指标的影响因素

7.2.2 提升客单价的方法

## 7.3 投入产出比指标分析

7.3.1 ROI 的计算公式

7.3.2 优化 ROI 指标的方法

## 7.4 爆款打造与关联营销

7.4.1 爆款的打造与运营

7.4.2 关联营销

实战训练——分析单品流量渠道数据

课后练习

知识拓展——浅谈内容营销中的微淘

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。

2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目八、商品销售与库存分析工具

### 一、实训目标

掌握商品销售分析的方法

掌握电商库存数据化分析的方法

熟悉商品的备货与补货分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）从销售趋势、销售指标、SKU 销售数据，以及商品退款金额与退款率等方面来进行商品销售分析，让学生学会全面了解商品销售情况并更好地进行商品管理；

（2）从结构、量化、管理和预测等方面，全方位对电商库存进行数据化分析的介绍，让学生能够使用数据化方法管理商品库存；

（3）介绍备货与补货分析，让学生学会利用生意参谋中的商品销量预测功能，智能提醒每个商品实时的备货量和补货量。

（4）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了介绍转化率指标分析、客单价指标分析、投入产出比指标分析、爆款打造与关联营销等内容。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、商品销售分析主要包括哪些内容？

2、库存数据由哪些数据组成？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 8.1 商品销售分析

8.1.1 销售趋势与销售指标分析

8.1.2 SKU 销售数据分析

8.1.3 商品退款金额与退款率分析

### 8.2 电商库存数据化分析

8.2.1 库存结构分析

8.2.2 量化库存

8.2.3 管理库存

8.2.4 预测库存

### 8.3 备货与补货分析

8.3.1 商品生命周期分析

8.3.2 智能确定备货量与补货量

实战训练—— 分析店铺商品的库存周转率

课后练习

知识拓展—— 商品补货时的属性选择

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目九、客服数据分析工具

### 一、实训目标

掌握店铺 DSR 评分的计算与提升方法

了解客服日常管理

熟悉客服 KPI 数据分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）介绍店铺 DSR 评分分析，让学员能够正确计算 DSR，并能掌握提升 DSR 的各种方法；

（2）介绍客服 KPI 数据分析，让学生学会如何通过数据化管理打造金牌客服；

（3）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了商品销售分析、电商库存数据化分析、备货与补货分析等内容。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、DSR 对网店有什么影响？

2、如何提升 DSR？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 9.1 店铺 DSR 评分分析

9.1.1 DSR 的作用

9.1.2 DSR 评分的计算方法

9.1.3 提升 DSR 评分

### 9.2 客服分析

9.2.1 客服日常管理

9.2.2 客服 KPI 数据分析

实战训练——建立客服 KPI 考核系统

课后练习

知识拓展——打造金牌客服

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。

2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目十、会员数据分析工具

### 一、实训目标

了解会员数据的作用和获取途径

掌握各种会员数据的分析方法

掌握 RFM 模型的分析方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

（1）通过讲解会员数据概述，让学生了解会员数据的作用与数据的获取方法；

（2）从会员分布情况、会员数量的变动情况、会员的生命周期、会员的潜在价值来介绍会员数据的分析，让学生能够有效地分析并管理会员数据；

（3）通过对使用 RFM 模型分析会员数据的介绍，让学生能够熟练使用 RFM 模型来分析会员数据；

（4）安排实战训练和课后练习。

### 三、背景知识

前面讲解了店铺 DSR 评分分析、客服日常管理、客服 KPI 数据分析等内容。

### 六、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 七、实训步骤、内容及学时

讨论问题：1、如何获取会员数据？

2、会员数据的分析内容包括哪些？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

## 10.1 会员数据概述

### 10.1.1 会员数据的作用

### 10.1.2 获取会员数据的途径

## 10.2 会员数据的分析

### 10.2.1 分析会员分布情况

### 10.2.2 分析会员数量的变动情况

### 10.2.3 分析会员生命周期

### 10.2.4 分析会员的潜在价值

## 10.3 使用 RFM 模型分析会员数据

### 10.3.1 了解 RFM 模型

### 10.3.2 利用 RFM 模型分析会员 111 分析

实战训练——分析会员年龄与地域分布

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生完成学习通课后练习题。
- 2、指导教师对每份作业进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	22 级电子商务 1-3 班
课    程:	《电商运营推广 (B 店)》
制    定    人:	杨玉婵、巢秋菊、王柳婷
实训周(次)学时:	6
实训周(次)数:	17(第 1 周至第 17 周内安排)
实训总学时:	52
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目录

项目一、网店筹备—目标市场分析.....	1
项目二、网店的开设—注册开店 .....	4
项目三、网店的开设—基础设置 .....	8
项目四、网店的开设—物流设置 .....	10
项目五、网店的开设—宝贝发布 .....	14
项目六、网店的开设—店面装修 .....	19
项目七、网店的运营—运营管理 .....	23
项目八、网店的运营—客户服务于管理 .....	28
项目九、网店的运营—网店推广 .....	32

# 项目一、网店筹备--目标市场分析

## 一、实训目标

1. 熟知目标市场调研的方法。
2. 了解各大指数的用法。
3. 能够根据实际项目，选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析。

## 二、项目（实训）中的具体任务

分小组，每个组 5-7 个人，选择适当的调研方法，充分利用各大指数平台，分别进行行业分析、竞争对手分析选择某个类目进行开店筹备；利用 swot 分析方法对自身店铺进行优劣势分析，明确店铺定位，合理规划开店渠道及运营团队。

## 三、背景知识

1. 阿里指数 <http://alizes.taobao.com>
2. 百度指数 <http://index.baidu.com>
3. 平台数据软件：生意参谋
4. swot 分析是通过企业自身竞争优势、劣势、外部机会和威胁等因素列举、相互匹配分析，将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机地结合起来的一种分析方法

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

（一）**课时内容：**网店筹备管理（4 学时）

- 1、 教学思路：目标市场分析→商品规划管理→渠道规划管理
- 2、 讨论问题：
  - 1) 如何规划商品的上新数量
  - 2) 讨论第三方电商平台的特点
  - 3) 进行目标市场调查的方法
- 3、 内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 一、目标市场分析

- 1、目标市场调研

### 1) 行业分析

由于国内目前网络消费多以第三方平台为主，人群信息获取渠道多以百度为主、以关键词搜索为基础，因此可以通过商品主流关键词测试，借助主要网络平台，参考数据来分析目标市场的发展情况。

### 2) 竞争对手分析

虽然电商平台、第三方服务商及各大搜索引擎提供了非常详细的数据，使运营者可以对行业、目标人群、店铺、商品进行详细的解读，但是分析竞争对手的店铺仍然是必不可少的，只有掌握竞争对手的第一手资料，才能做到知己知彼，为制定店铺合理的运营策略奠定基础。

## 2、网店 SWOT 分析

SWOT 分析是企业自身竞争优势、竞争劣势、外部机会和威胁等因素列举、相互匹配分析，从而将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机地结合起来的一种分析方法。

### 3、品牌市场定位

不管什么行业，产品是根本，只有清楚自己产品的优势，才能在电商行业立足。电商品牌定位是一定要明确的，这就好比一个人的职业规划一样。如果电商没有进行定位就等于航行没有方向。相比于传统零售，线上品牌的定位尤为关键，其竞争无地域性、选择成本低，如果要在众多的竞争者中脱颖而出，定位是决定性因素。所以，在进行市场调研的基础上，要明确企业品牌的市场定位。

电商品牌定位主要包括以下 4 种方法。

#### 1) 首席定位

#### 2) 加强定位

#### 3) 年龄空档

#### 4) 产品类别定位

## 二、商品规划与管理

### 1、规划商品的上新数量

如何选择合适的商品是店铺运营的重中之重，没有好的商品，无论如何努力，都不可能到达理想的效果。对于新的网店，如何进行商品选择和商品管理呢？

首先应规划好商品的上新数量，其次是根据店铺定位选择商品，商品上架

后还需要做好数据跟踪和库存管理。

## 2、挑选商品款式

明确了店铺及商品的定位、经营的小类目和数量后，接下来就是最终确认商品——俗称选款。大部分的新卖家都是凭自己的直觉选款，这种选款的风险很大。选款需考虑的因素有：市场趋势，行业竞争程度和利润空间，产品是否为目标顾客所喜爱，产品是否符合店铺价格定位且位于全网热销的价格区间内，货源是否稳定、可控。

## 三、渠道规划与管理

企业开展电子商务，既可自建电子商务平台，又可使用第三方平台交易。国内以天猫为代表的第三方交易平台发展迅猛，第三方交易平台成为了顾客购买产品的第一选择。因此，对于中、小企业卖家来说，第一选择就是第三方交易平台。

### 1、第三方交易平台简介

- 1) 大天猫
- 2) 京东 (JD.com)
- 3) 其他。

### 2、第三方交易平台特点

- 1) 天猫网
- 2) 天猫
- 3) 京东
- 4) 其他平台

## (二) 实训步骤

### 撰写网店创业策划书

针对自己的喜好与实际情况，结合充分的市场调查与分析，请你为自己的网店选择好经营的产品种类，并选择网店的运行平台的理由，最后提交详细的网店创业策划书。

以 5-7 人为一个学习小组，每个小组为单位拟定一份网上开店创业策划书。

1. 确定网店运营模式，给出选择理由。

2. 选定一个网店产品种类，写出选择该产品的理由；并对现有网上和现实实体店中的竞争对手的实际情况进行详细的分析。

3. 确定网上开店的平台，比较不同网店平台的特点；将目前你所选定的行业中同类型的网上店铺的运营的现有状况进行分析。

4. 选择网店产品的进货渠道；进行实地考察后，将不同的进货渠道的优劣进行分析，并写出分析报告。

5. 形成一份完整的网上开店策划书。

6. 对你选择的网店产品所属行业的发展趋势做一个简要的分析，并给出理由。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目二、网店的开设--注册开店

### 一、实训目标

1. 了解各电商平台的入驻要求。
2. 熟悉申请，开设天猫店铺的流程。
3. 掌握天猫网开店规则。

### 二、项目（实训）中的具体任务

注册天猫账户

开通网上银行

激活支付宝账户

认证支付宝及下载数字证书

申请开店

### 三、背景知识

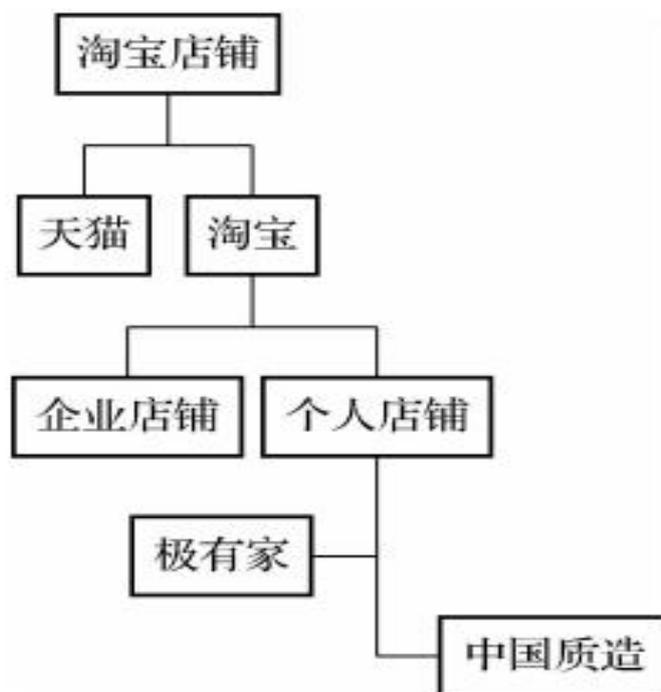
#### 1、天猫网开店规则

天猫网经过多年的发展，其规则不断完善。从平台入驻、产品发布、推广活动，到支付、评价、

投诉都有一套系统的规则。如果想在天猫网（第三方平台）取得良好的发展，了解规则、遵守规则

是基本要求。如果不对规则进行深入的分析 and 研究，就有可能造成违规，受到天猫的处罚。

- 1) 天猫网各类违规行为扣分
- 2) 天猫网违规处罚节点
- 3) 天猫网出售假冒商品处罚措施



### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店开设：注册开店及设置（4 学时）

讨论问题：1、如何进行网店的装修

2、天猫网的开店规则有什么

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 一、天猫网店开设

在对店铺进行 SWOT 分析后，确定入驻天猫平台，接下来需要了解天猫平台入驻要求并熟悉天猫网的开店规则，整理资料进行店铺装修。

#### 1、开天猫店流程

##### 1. 注册与登录

首先，需要在天猫平台上注册一个账户，填写相关信息，如用户名、密码、手机号码等。注册完成后，将获得一个商家账号。

##### 2. 入驻申请

在开始入驻流程之前，需要准备以下资料：

- (1) 企业营业执照
- (2) 组织机构代码证
- (3) 税务登记证
- (4) 银行开户许可证
- (5) 法人身份证正反面
- (6) 品牌授权书(如适用)

将上述资料准备齐全后，登录天猫入驻系统，提交入驻申请。

##### 3. 审核阶段

提交入驻申请后，需要等待天猫平台的审核。审核周期一般为 7 个工作日左右。在审核过程中，可能需要提供更多资料或进行现场核验。

##### 4. 签署合同与缴纳保证金

审核通过后，需要签署合同并缴纳保证金。保证金根据不同类目的商品而有所不同，一般在一万元到五万元之间。

##### 5. 创建店铺与完善信息

签署合同并缴纳保证金后,可以创建店铺并完善店铺信息,如设置店铺名称、店铺标志、店铺简介等。同时,选择合适的店铺类型和商品类别,为店铺的经营和发展做好规划。

## 6. 开业准备

完成店铺信息完善后,可以开始上架商品、发布广告,准备开业。

## 二、开天猫店费用

### 1. 保证金

保证金是天猫对商家的约束措施,根据不同类目的商品而有所不同。一般情况下,保证金金额在一万元到五万元之间。对于一些特殊类目的商品,保证金金额可能会更高。

### 2. 技术服务费

天猫平台向商家收取技术服务费,用于维护平台运营和技术支持。技术服务费根据不同类目的商品而有所不同,一般约为销售额的 3%-5%。

### 3. 旺铺装修费

旺铺装修费是天猫店铺必须支付的费用,包括旺铺模板费用和旺铺装修费用。旺铺装修费根据选择的旺铺模板和旺铺装修而有所不同。

### 4. 营销推广费用

为了提升店铺的知名度和销售额,需要进行营销推广。营销推广费用根据推广策略和预算而有所不同。

### 5. 物流费用

商品的销售离不开物流配送,物流费用根据商品的重量、体积、运输距离等因素而有所不同。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后,学生将实训结果等内容写出实训报告,应符合实训教学的要求,并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的的应用与验证,实训课的成绩记入课

程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目三、网店的开设--基础设置

### 一、实训目标

1. 了解店铺基本信息的设置
2. 熟悉申请、开设天猫店铺的流程。
3. 掌握天猫网开店规则。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据需要，对店铺的名称、店标、店铺简介等进行设置，完善店铺的基本信息。

### 三、背景知识

- 1、天猫网店的基本设置
  - 1) 缴纳店铺保证金
  - 2) 基本设置
- 3、店铺设置及装修
  - 1) 运费模板的设置
  - 2) 店铺页面分类及装修
- 2、综合考虑多种因素，比如消费者的角度、竞争者的角度、文化、产地等。

通常来说，可以遵循以下几个原则。

- (1) 简洁通俗，朗朗上口
- (2) 别具一格，独具特色
- (3) 与自己经营的商品相关
- (4) 店名中隐含店主名字
- (5) 用字吉祥，给人美感。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店基础信息设置（4 学时）

根据讲授课程内容，结合实训一做的规划，选定的产品，设置自己店铺的相关基础信息。

（1） 店铺名称。店铺名称可以后续修改，最好与售卖的商品相关或是有特色的名称，起名的主要原则是好记，建议起中文名称。

（2） 店铺标志。设置店铺 logo，店铺 logo 主要应结合店铺定位，突出清晰好记的特点。

从电脑硬盘里上传一个格式为 GIF 或 JPG、JPEG、PNG 的图片文件，文件大小须在 80K 以内，图片的建议尺寸为 80×80 像素。

（3） 店铺简介。主要说明经营品牌、商品、风格特点等，要突出主题，介绍清楚店铺所经营的产品和产品性能、基本的售后服务和一些经商态度，文字不要太多，言简意赅，表达明晰，要求简洁、明了，突出店铺特点（店铺简介有搜索权重）。

（4） 经营类型和联系地址。按照实际情况填写。

（5） 店铺介绍。店铺介绍是以网页的形式呈现的，可以使用 HTML 编辑器来进行设计，可以粘贴网页设计的源代码，也可以将店铺的情况编辑成文字内容，再简单地更改一下字体、颜色、大小、插入图片和链接等来突出重点信息，使文字的排版更加美观。

（6） 主要货源。按照实际情况填写。



## 一、实训目标

1. 熟悉天猫店铺运费模块的设置
2. 掌握天猫网开店规则。

## 二、项目（实训）中的具体任务

创建多个种类的运费模块，并应用于宝贝中。

## 三、背景知识

网上销售的产品需要快递运输，因此设置运费是发布宝贝的重要步骤。但由于该项工作的重复度较高，因此可在发布宝贝前设置运费模板。运费模板分为常规模板和活动模板，应该按照不同的快递公司设置不同的模板。建议按照用途的不同设置多个运费模板，以便于后期的运营操作。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店开设：物流运费设置（2 学时）

根据前面注册完成的店铺，完成相关运费模块设置。

- 1、发布商品的时候，选择“新建运费模版”。

服务商设置 运费模板设置 物流跟踪信息 地址库 运单模板设置

为了保证系统运行的流畅性,建议使用chrome、firefox或者新版ie!

**新增运费模板**

模板名称:  [运费计算器](#)

\* 宝贝地址:

发货时间:  [如实设定宝贝的发货时间,不仅可避免发货咨询和纠纷,还能促进成交!详情](#)

\* 是否包邮:  自定义运费  卖家承担运费

\* 计价方式:  按件数  按重量  按体积

运送方式: 除指定地区外,其余地区的运费采用“默认运费”

快递

默认运费:  件内  元, 每增加  件, 增加运费  元

运送到	首件数(件)	首费(元)	续件数(件)	续费(元)	操作
上海、江苏省、浙江省、安徽省、江西省	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="0"/>	<a href="#">删除</a>

[为指定地区城市设置运费](#) [批量操作](#)

EMS  
 平邮

2、设置“模板名称”、“宝贝地址”、“发货时间”、“是否包邮”“计价方式”、“运送方式”，都是必填写，不能为空。

**新增运费模板**

用于识别不同的运费模板,对运费没有影响,是一个名称。

模板名称:

宝贝地址:  [特别的注意,如果选择了:按重量或按体积计价,一定要在发布页面设置重量或体积](#)

发货时间:

如实设定宝贝的发货时间,不仅可避免发货咨询和纠纷,还能促进成交!详情

是否包邮:  买家承担运费  卖家承担运费 [商品的发货时间是指在该时间点之内,有揽件记录哦。如要设置包邮,可以在这里选择“卖家承担运费”哦~~](#)

计价方式:  按件数  按重量  按体积

计价方式:  按件数  按重量  按体积

区域限售:  不支持  支持 如果支持区域限售,宝贝只能在设置了运费的指定地区城市销售

运送方式: 除指定地区外,其余地区的运费采用“默认运费”

快递 [选择其中一种运送方式](#) [都是必填项哦,就算是0也要写哦](#)

默认运费:  kg内,  元, 每增加  kg, 增加运费  元

[为指定地区城市设置运费](#) [运费价格是0,那就说明是包邮,现在可以在“指定地区”里面选择您包邮的城市。](#)

EMS  
 平邮

3、点击“为指定地区城市设置运费”，选择您包邮的城市。

快递

默认运费：1 kg内，0.00 元，每增加 1 kg，增加运费 0.00 元

必填项！就算是0也要填				
	首重(kg)	首费(元)	续重(kg)	续费(元)
未添加地区	1	0.00	1	0.00

编辑

为 选择区域 点击“编辑”后会让你选择“区域”，选择您要包邮的城市即可

华东  上海(1)  江苏(13)  浙江(1)  安徽  江西

华北  北京  天津  山西  山东  河北  内蒙古

华中  湖南  湖北  河南

华南  广东  广西  福建  海南

东北  辽宁  吉林  黑龙江

西北  陕西  新疆  甘肃  宁夏  青海

西南  重庆  云南  贵州  西藏  四川

港澳台  香港  澳门  台湾

海外  海外

确定 取消

4、包邮的城市选择后，可以再增加不包邮的城市区域。

计价方式： 按件数  按重量  按体积

区域限售： 不支持  支持 如果支持区域限售，宝贝只能在设置了运费的指定地区城市销售

运送方式：除指定地区外，其余地区的运费采用“默认运费”

快递

默认运费：1 kg内，0.00 元，每增加 1 kg，增加运费 0.00 元

这是编辑完的包邮区域，如果想添加可以再点“编辑”				
	首重(kg)	首费(元)	续重(kg)	续费(元)
上海、江苏、浙江	1	0.00	1	0.00

运送到

编辑

为指定地区城市设置运费 批量操作

您可以再选择这项，增加您不包邮的区域，和之前包邮区域的操作是一样的哦

EMS

平邮

5、设置不包邮，“首费”、“续费”是要填写相应的运费的，续重是指每增加 1kg 需要加多少钱，也可以不设置这个值，表示每多 kg 商品仍按照默认运费收取。

快递

默认运费：1 kg内，0.00 元，每增加 1 kg，增加运费 0.00 元

运送到	首重(kg)	首费(元)	续重(kg)	续费(元)
上海、江苏、浙江	1	0.00	1	0.00
未添加地区	1	5.00	1	5.00

为指定地区城市设置运费 批量操作

EMS 点“编辑”选择不包邮的区域  
 平邮

既然是包邮，就要填写自己的运费价

6、如果“计价方式”选择的是“按重量”，在宝贝的发布页面，“运费模版”是必选项，如果不选择，直接发布会提示“运费模板”出错。使用按重量运费模板但宝贝没有重量（含包装）属性，就算是0，也可以，不要空置。建议重量参考运费模板设置重量属性。

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目五、网店的开设--宝贝发布

### 一、实训目标

1. 了解商品基本信息的内容及作用。
2. 掌握收集买家需求信息及商品信息的方法和渠道。
3. 具备运用 FBA 方法整理、总结商品文案的能力。

## 二、项目（实训）中的具体任务

选择店铺经营的一款商品，撰写基本信息，策划卖点，制定价格，完成商品信息的整理与发布。

## 三、背景知识

商品信息的收集和整理以及商品定价是商品发布的基础，也是电商运营的开始工作，收集的商品和顾客的信息越全面，越能制作出内容全面、卖点突出的页面，从而提高商品的转化率、销售量及销售额。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

## 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店商品信息管理与发布（4 学时）

- 讨论问题：
- 1、商品基本信息的作用是什么
  - 2、商品的成本构成有什么
  - 3、商品的定价方法是什么

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

### 一、商品信息采集与整理

商品信息的搜集和整理以及商品定价是商品发布的基础，也是电商运营的开始工作，搜集的商品和顾客的信息越全面，越能制作出内容全面、卖点突出的页面，从而提高商品的转化率、销售量及销售额。

#### 1、商品基本信息

##### 1) 商品基本信息属性

在天猫网宝贝发布及宝贝描述中都会涉及商品基本信息，也就是商品的基本属性，不同的商品类型，其属性不同。

##### 2) 商品基本信息的作用

商品基本信息的作用有反映商品基本信息、增进买家信任、激发顾客购买欲、

促进购买转化率、为顾客搜索提供关键词。

### 3) 了解买家需求信息

网上销售与线下实体店销售有着本质上的区别。网上销售不能进行实体体验，买家在没有收到实际商品前，只能看到图片、文字等信息。因此，买家需求信息搜索对于网店显得尤为重要。网店经营者可通过以下步骤了解买家需求信息。

## 2、信息搜集渠道

### 1) 站内信息搜集

站内信息搜集相对简单。

### 2) 其他信息搜集渠道

## 3、商品信息加工整理及文案撰写

在前期大量市场调查、信息搜集的基础上，总结相关商品信息，进行商品信息的加工整理和文案的撰写，其核心是卖点的挖掘。

### 1) 依据 FAB 法则整理商品资料

依据 FAB 法则整理商品资料信息。

2) 独特的销售主张 (Unique Selling Proposition, USP) 是美国人罗瑟·瑞夫斯 (Rosser Reeves) 提出的一种销售理论，简称 USP 理论。依据 USP 理论提炼商品独特卖点

### 3) 商品卖点设计

根据前两步的总结和提炼，设计商品卖点

## 二、商品定价管理

天猫卖家经常说，“定位定生死，定价定输赢”。可见，定价直接影响到商品的利润，如何把握利润和销量的平衡，定价起到决定性的作用，而确定商品价格的基础是产品成本分析。

### 1、产品成本

一般来说，产品成本都包含显性成本和隐性成本两个部分。显性成本是指计入财务账内的、看得见的实际支出。显性成本一般包括进货价格、人员薪酬、办公经费、产品包装、产品推广费、运费等。隐性成本是相对于显性成本来说的，隐蔽性大、难以避免、不易量化。隐性成本包括商品消耗费用、退换货费用、剩

余库存、店铺押金等。

## 2、商品定价方法

网店商品的定价方法很多，各有优劣。运营人员要根据实际情况进行分析，选择适合的定价方法确定商品价格。常用的商品定价方法有以下几种。

- 1) 低价法
- 2) 安全法
- 3) 非整数法
- 4) 弧形数字法
- 5) 黄金分割法

## 3、商品定价目的

网店商品根据经营目的的不同，一般分为引流款、利润款和形象款。不同经营目的的商品的定价方法也各有不同。下面就引流款商品的定价原则和方法进行叙述。

### 1) 引流款商品的定价原则

引流款商品的价格要低于同行平均水平，其主要作用在于吸引消费者进店浏览，进而开展关联营销使用。这部分产品数量应占全店产品数量的 20%左右，不能太多，太多就会让消费者店铺的定位有疑问。

### 2) 引流款商品的定价方法

对于引流款商品，可以灵活运用各种方法确定其销售价格。一般来说，可以先参考商品的成本确定一个合理的价格区间，再利用黄金分割法计算较精确的价格，然后适当调整 5%~10%。

### **实训步骤：**

确定好商品的数量、商品的款式、商品的价格，并且开通店铺，对店铺进行了基本处理后，接下来的工作就是发布宝贝。

## 1、宝贝发布流程

天猫后台直接发布宝贝的流程如下。

### 1) 类目选择

类目选择一定要准确，发错类目不仅会影响顾客选择，而且可能触犯天猫规则，造成天猫处罚。

## 2) 宝贝信息填写

### 2、宝贝详情页的构成及排版设计

消费者在搜索宝贝以后，需要通过宝贝详情页进一步了解详情。天猫的数据分析中，有一项停留时间参数。如果消费者在宝贝详情页停留时间长，可以认为描述内容吸引着消费者；反之，描述内容没有吸引消费者

#### 1) 宝贝详情页的构成

天猫网根据其多年发展经验，不断了解顾客需求，逐渐总结规范详情页的构成内容。

#### 2) 宝贝详情页的排版设计

在进行宝贝描述排版时，应从消费者的兴趣着手，引导消费者按照企业的设计思路去思考，提升消费者的购买需求。根据不同类目宝贝的特征，描述页面排版的模块设计及顺序都要做出相应调整，突出重点。

### 3、完成以下实操

(1) 在阿里巴巴网中搜索并选购“连衣裙”商品，将搜索价格区间设置为50~100，然后设置商品的数量和颜色，加入订货单中。

(2) 注册搜物网，搜索并选购“女包”商品，并设置商品数量和颜色，然后将其加入订货单中。

(3) 登录天猫卖家中心，发布面膜商品，将其类目设置为“美容护”→“面膜”，然后依次制定该商品的标题、价格、数量、物流等信息，设置完成后将其上传并发布到天猫店铺中。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## **项目六、网店的开设--店面装修**

### **一、实训目标**

1. 具备装修天猫网店的能力。
2. 掌握天猫网开店规则。

### **二、项目（实训）中的具体任务**

普通店铺简装修

普通店铺全装修

旺铺装修

### **三、背景知识**

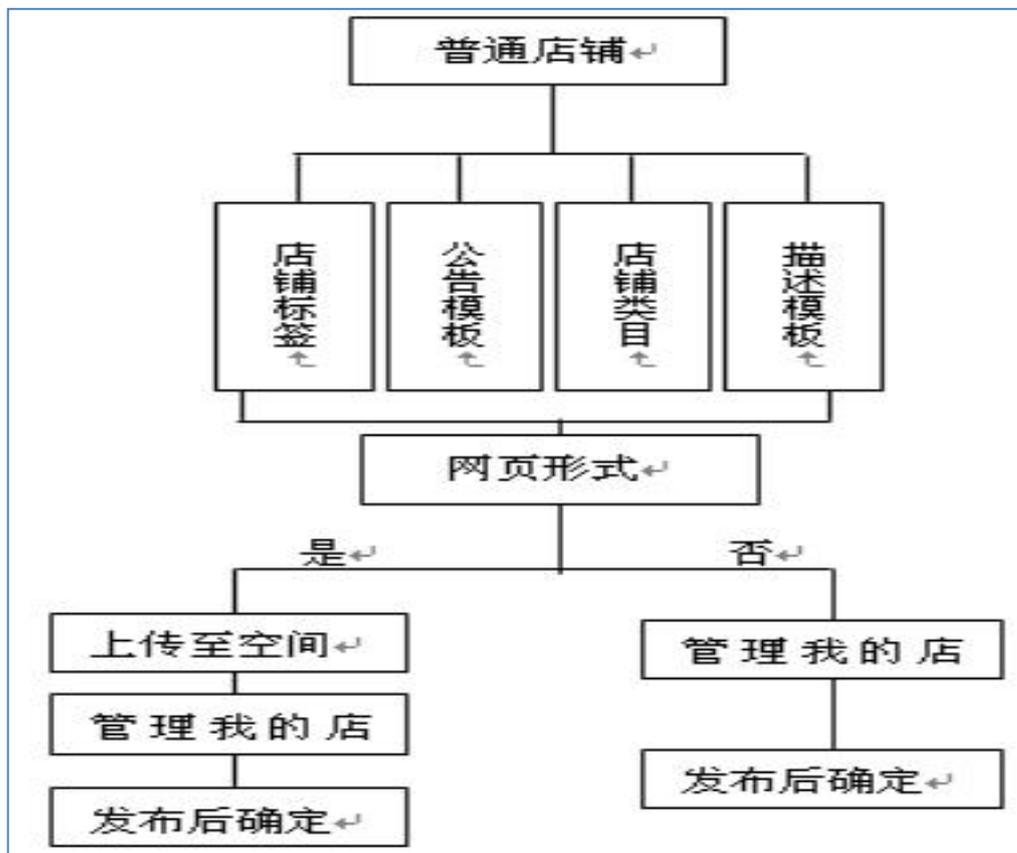
## 店铺页面分类

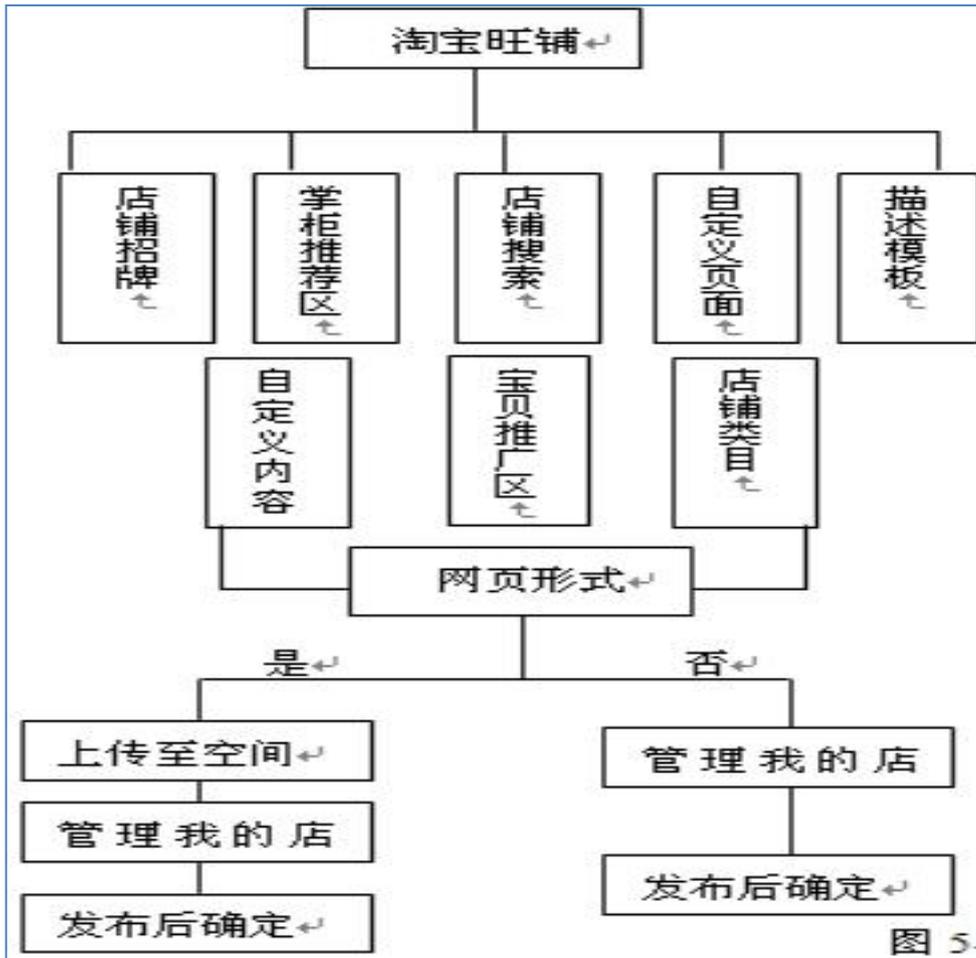
(1) 基础页。基础页包括店铺首页和店铺搜索页。

(2) 宝贝列表页。宝贝列表页即宝贝分类页。宝贝分类页能够更好地帮助买家选择产品。

(3) 宝贝详情页。宝贝详情页是宝贝的详细介绍页面，可以按照宝贝类目的不同，设置不同的宝贝详情页模板，如A类商品宝贝详情页、B类商品宝贝详情页；也可以设置为促销宝贝的详情页，商家只要在发布宝贝信息的时候调用相应的宝贝详情页模板即可。

(4) 自定义页。自定义页是店铺根据其需要设置的一些单独页面。自定义页可以是活动主题页，也可以是对公司文化的展示、顾客须知说明等。





#### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

#### 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店的开设：店铺装修（8 学时）

##### 1、店铺装修一般流程

##### 1) 确定想要的装修类型

一般来说可以从 3 个方面来确定装修的类型。

- (1) 根据店铺的主营项目
- (2) 根据自己喜爱的风格
- (3) 根据自己喜爱的颜色

##### 2) 收集装修素材

确立好风格之后，就要开始寻找适合的素材。注意：所用的素材一定不要侵权，最好避免涉及明星肖像的素材。用自己的产品作为装修素材那是最好不过的。

如果没有，可以通过在网络搜索引擎里输入“素材”作为关键字进行搜索。

可以将图片存储到你电脑里的某个文件夹中，命名好后备用。此外，收集大量图片素材后要合理分类，这样在使用的时候就可以很快查找到。

### 3) 相册空间的准备

在网上开店，准备相册是必不可少的准备工作。因为在店铺管理中只支持基本图片的上传，而大部分商品说明、图片等相关信息需要放置在自己的网络空间中。

利用相册空间存储图片有多种方式，如使用 QQ 相册、网易相册、雅虎相册等免费相册空间，使用博客存储图片，租用图片空间或租用虚拟主机等。

## 2、完成具体装修

根据前面的实训所确定的店铺产品，店铺名称及基础信息设置，设计符合店铺整体风格及定位的装修。

(1) 模板管理（选择店铺风格）。

登录天猫，进入“卖家中心”，单击“店铺管理”下面的“店铺装修”超链接，进入“店铺装修”页面。

(2) 布局管理。布局管理主要指对各页面结构布局的搭配。

(3) 宝贝分类。宝贝分类能起到商品导航的作用，可以使买家更方便、更快捷地选择和购买商品。

(4) 智能装修。天猫新推出的“智能装修”功能可以简化店铺装修工作。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目七、网店的运营--运营管理

### 一、实训目标

1. 让学生理解及掌握网店运营知识与技能
2. 了解数据驱动店铺的作用。
3. 掌握商品货号的编写方法。
4. 掌握商品的入库操作流程。

### 二、项目（实训）中的具体任务

网店运营的使用工具

网店店铺的运营管理

网店物流与运送管理

### 三、背景知识

店铺的日常管理工作是比较繁杂的，要做店铺的整体规划，就要掌握店铺各个方面的情况，每天都要进行店铺跟踪、检查、统计等工作。店铺的日常工作主要是对店铺的日常优化管理，也就是对店铺的所有页面进行例行检查和设置，包括页面布局规划、链接有效性检查、各种促销工具的时效检查、店铺数据的收集处理等。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店日常运营（8 学时）

讨论问题：1、商品的入库操作流程是什么

2、入库单的填制和货号的编写方法是什么

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 一、仓储管理

仓储服务往往被网店经营者忽略，当发现问题的时候可能已经给企业带来了巨大的影响。良好的仓储管理不但能够快速地完成出货，同时也可以大大提高仓库的周转率，极大地降低企业隐形财务成本，提高企业收益。



## 2) 分析多重问题

随着网店竞争越来越激烈，数据分析渐渐成为一种有效的营销武器并进入卖家的视线。

## 3) 建立历史档案

网上开店的成功店家绝大部分都经历过长时间的积累，随后逐渐发展壮大。

## 4) 自由对比分析

与店铺有关的数据种类很多，将这些数据进行收集整理，就可以很自由地进行数据对比分析。

## 2、店铺八大要点数据

进行网店数据分析，首先需要弄清楚要分析的数据有哪些。关于网店的数据类型是比较多的，但是最重要的莫过于八大数据，即流量数据、首页数据、收藏数据、客服数据、卖家服务评级（detail seller rating, DSR）数据、行业数据、宝贝页数据、转化率数据。作为网店的卖家，要实时监控这八大掌握店铺命脉的数据，技术也要跟上市场的步伐。

### 1) 流量数据

网店有销量的首要条件就是有顾客进入店铺，而进入店铺的顾客的多少就代表了流量的大小

### 2) 首页数据

独立访客数(unique visitor, UV)；停留时间；链接点击率；跳失率。

### 3) 收藏数据

关于店铺的收藏数据，主要需要关注的是单品的收藏数据和店铺的收藏数据。

### 4) 客服数据

要检验网店客服的工作态度、业绩等，就需要监控客服数据

### 5) DSR 数据

DSR 数据包括了宝贝与描述相符的程度、卖家的服务态度、卖家的发货速度、退货率、店铺好评率、纠纷退款率和发货时间七个方面。

### 6) 行业数据

对行业数据进行分析，是为了把握整体市场行情，降低网店风险，同时对同

行店铺的经营状况进行了解，以便检验自己店铺的不足之处。

#### 7) 宝贝页数据

宝贝页数据也是网店数据分析需要实时关注的重点，这些数据直接影响到宝贝的销量情况。

#### 8) 转化率数据

转化率数据是指进店的所有顾客成功交易的人数比例。

### 三、借助千牛完成以下操作

(1) 将店铺中的热卖商品设置为橱窗推荐商品，并通过“宝贝推荐”模块继续展示和推荐店内商品。

(2) 使用千牛工作台查找在店铺中下订单的卖家，将其添加为好友，并发送消息与买家交流。

(3) 通过千牛工作台将订单商品的价格修改为8折，等待买家付款后再根据买家需求更改其地址和联系方式。

(4) 使用生意参谋查看店铺一周内的访客数、支付买家数、销售金额、热卖商品榜单、流量来源等。

(5) 使用生意参谋提取店铺一天内的销售数据，包括被浏览商品数、浏览量较前一天变化量、访客数、访客较前一天变化量等，预览并下载数据，然后将报表保存到“我的报表”中，名称为“基础数据”。

(6) 通过千牛工作台登录支付宝，查看支付宝余额和近期交易记录，然后对支付宝中的余额进行提现。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。



## 项目八、网店的运营—客户服务于管理

### 一、实训目标

1. 了解网店客服工作流程。
2. 熟悉网店客服的准备工作。
3. 掌握在线客服工具的使用方法和技巧。
4. 掌握在线客服工具的使用方法和技巧。
5. 掌握退换货流程。
6. 掌握价格修改、订单备注、交易关闭的操作方法。
7. 熟练顾客的购物流程。
8. 掌握网店客服沟通技巧。

### 二、项目（实训）中的具体任务

网点客服沟通的技巧

售后服务的技巧

阿里软件网站版客户管理

### 三、背景知识

客户服务作为销售过程中必不可少的一个环节，是网店利润的直接转化因素之一，在网店权重中所占的位置也十分重要。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店运营：客服管理与设置（8 学时）

讨论问题：1、网店客服的工作流程具体有什么

2、如何处理处理中差评

3、售前、售后客服的主要工作内容

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

## 一、客服流程和准备工作

客服工作是电商运营的核心，电商运营的好坏可以从客服水平及效果直接地反映出来。同时，顾客还可以与客服人员沟通，直接反馈对产品的认知和评价。因此，完善和规范客服流程，培训和管理客服是电商运营的又一重点。

### 1、客服岗位分类及工作流程

#### 1) 淘宝客服分类及工作内容

从事网店客服工作的员工包括从事售前工作、售后工作及相关顾客服务工作的人员。淘宝客服按照销售阶段可以分为售前客服、售中客服、售后客服。

#### 2) 客服工作流程

### 2、客服准备工作

#### 1) 客服的基本要求

#### 2) 客服子账号的设置

### 3、在线沟通工具——千牛

天猫网经过多年优化，客服系统已经由最初的阿里旺旺转化为顾客端的千牛平台。千牛是天猫卖家客服工作平台，其核心是为卖家整合店铺管理工具、经营资讯消息、商业伙伴关系等。千牛需要下载安装，其下载地址为 <https://alimarket.taobao.com/markets/qnww/pc>。

登录千牛有两种方式，一种是输入用户名和密码，另一种可以用手机扫描进入。

#### 1) 千牛平台的主要功能

数据中心（生意参谋）；任务中心；应用中心；消息中心

#### 2) 千牛平台的功能设置

千牛平台的功能设置主要包括基本设置、信息中心、聊天设置、个性设置、安全设置、客服设置等。

## 二、售前顾客服务

售前服务是企业在顾客未接触产品之前所开展的一系列刺激顾客购买欲望的服务工作。企业通过开展售前服务，加强双方的了解，为消费者创造购买产品的条件，赢得消费者的支持，赢得市场，提高企业的竞争能力。因此，优质的售前服务是产品销售的前提和基础，是提高企业经济效益的关键。

### 1、售前客服沟通步骤

售前客服沟通步骤包括招呼、询问、推荐、议价、核实、道别、跟进 7 个步骤。

### 2、顾客购物流程

作为一名客服人员，要充分了解顾客的购物流程，以便在顾客购物的不同阶段进行有针对性的服务。

### 3、售前客服常见话术场景

1) 欢迎语

2) 对话

3) 产品介绍（推荐、挑选）

4) 议价

5) 支付

6) 欢送

7) 物流

8) 售后介绍

### 三、有效订单管理

通过售前客服与顾客的交流与沟通，顾客已经在线下单，但售前客服工作并没有结束。接下来，在后续的交易过程中，如果交易双方没有异议，客服需要对订单进行确认，否则，可能要对订单进行修改、备注甚至关闭交易。

#### 1、订单确认

客服人员在完成客服账号的基本设置，具备开展售前客服的基础知识及技巧后，就可以根据实际情况促成顾客成交。客服可以根据双方交易流程情况，查询顾客购买进程，在买家购买后付款前修改价格、备注订单、审单、打单、发货，并根据发货情况关注物流进程，延长收货时间及回访顾客、维护评价。

#### 2、价格修改及订单关闭

1) 修改订单价格

2) 订单关闭

3) 修改收货地址、收货人

#### 3、天猫后台操作

- 1) 登录天猫后台
- 2) 查询订单交易状态
- 3) 订单备注

#### 四、售后顾客服务

淘宝客服确认订单并发货后，等待买家确认收货。买家收货后，由于各种原因还可能会发生退换货的情况，即使交易顺利完成，买家在购后评价时也有可能给与卖家中评或差评，遇到这种情况，客服要及时处理，避免对企业造成严重影响。

##### 1、处理中差评

交易完成后，交易双方都要对该笔交易进行评价，评价是买卖双方对于一笔交易最终的看法，也是衡量买家是否存在潜在购买商品意愿的一个重要参考因素。良好的信用会让买家放心，差评会让买家望而却步。交易结束要及时做出评价，信用至关重要。不论买家还是卖家都很在意自己的信用度，卖家及时在完成交易后做出评价，可以让其他买家看到自己信用度的变化。

##### 2、退换货处理

- 1) 退换货流程
- 2) 退换货操作步骤

#### 五、网店客服沟通技巧和工作技巧

顾客网购看不到实物，所以会感觉比较虚幻。为了促成交易，客服扮演着重要角色，因此，客服沟通技巧的运用对促成订单至关重要。

##### 1、网店客服沟通技巧

- 1) 态度方面
- 2) 表情方面
- 3) 礼貌方面
- 4) 语言文字方面
- 5) 针对性方面
- 6) 其他方面

##### 2、网店客服工作技巧

网店客服除了具备一定的专业知识、周边知识和行业知识外，还应具备一些

工作技巧。

(1) 了解和熟悉客服的基本流程，掌握售后问题的处理方法。

(2) 使用天猫后台的会员管理工具为店铺的买家分组，丰富买家的资料，并设置其会员等级。

(3) 了解客服人员的素质要求，了解客服人员的绩效考核数据，熟悉关键绩效的计算和评比方法。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

# 项目九、网店的运营--网店推广

## 一、实训目标

1. 理解网店活动营销准备工作的内容。
2. 了解“直通车”“钻展”“淘宝客”等推广方式。
3. 能够收集、分析活动产品的相关数据。
4. 能够根据店铺销售目标，选择适当的推广方式。
5. 能够准确制定活动销售目标并预估活动费用。

## 二、项目（实训）中的具体任务

论坛及博客推广

搜索引擎使用与发布

邮件群发推广

网络广告与友情链接发布

### 三、背景知识

天猫直通车的推广形式为卖家通过设置推广关键词来展示商品获得流量，天猫网通过直通车流量的点击数进行收费。当买家单击展示位的商品进入店铺后，将产生一次店铺流量，当买家通过该次点击继续查看店铺其他商品时，即可产生多次店铺跳转流量，从而形成以点带面的关联效应。此外直通车可以多维度、全方位提供各类报表以及信息咨询，从而可快速、便捷的进行批量操作，卖家可以根据实际需要，按时间段和按地域来控制推广费用。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、局域网、计算机、互联网、交换机、网线

### 五、实训步骤、内容及学时

课时内容：网店推广管理（8 学时）

讨论问题：1、如何准确制订活动销售目标？

2、如何选择适当的推广方式？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

#### 一、网店活动营销

活动营销是网店发展、成熟的必经选择，活动往往能够带来巨大的流量，但是活动营销的开展对店铺的运营能力要求较高。因此，网店活动营销需要一个完整、系统的组织和策划过程。

#### 1、活动营销准备工作

所有店铺经营的最终目的地都是提高销售额并带动利润的提升。目前，公认的电商销售额的计算公式是：销售额=流量×转化率×客单价。

##### 1) 了解活动的适用性

各种活动本身都有自己的特点，选择合适自己店铺的活动，而不是一定要参加著名的活动。

##### 2) 明确参加活动的目的

参加活动的目的可以是提升新品销量、清库存、树立品牌、打击对手等，活动目的不同，店铺的经营策略随之变化，涉及产品的选择与定价，同时还要考虑

后期的售后服务。

### 3) 做好产品的供应链和资金准备工作

由于大部分活动流量大、成交量大，且准备时间有限，因此要对库存、供应链有个良好的预期，避免成交后出现供货不足的现象，造成顾客投诉、店铺权重下降的问题。

### 4) 商品价格预期

因为大多数活动报名除了对宝贝的活动价格有明确的折扣要求外，还要求参加活动的宝贝在活动前后一段时间内价格不能低于活动价。

### 5) 店铺资质准备

不同活动对店铺资质会提出具体要求，提前做好店铺商品销售量、店铺的DSR评分工作，争取报名能够成功。

### 6) 制作活动详情页

做好报名参加活动的产品详情页及活动详情页，按照活动要求设置相关标识、店铺商品关联等。

### 7) 组建客服团队

提前做好客服分工、客服培训工作，避免在顾客咨询大流量涌入后，客服应接不暇，造成顾客体验下降。

### 8) 进行活动预热

活动前做好店铺预热工作和老顾客促销通知工作，避免冷场，造成库存积压问题。

### 9) 发货准备

提前做好发货工作，避免订单大量到来时发货不及时，造成顾客投诉。

### 10) 售后服务

做好售后客服、退货、投诉及回访工作，提升店铺形象，为日后积累顾客做好强有力的准备。

## 2、搜集数据

在明确参加活动的目的，选择并确定参加的活动类型后，要开始搜集其他店铺相关产品参加活动的相关数据，以便能够更好地借助活动为店铺带来预期的销售效果。活动数据主要包括活动销量数据和店铺数据。搜集活动数据可以通过“生

意参谋”和天猫搜索中的“人气排名”数据和相关活动的入口页面来获取。

#### 1) 生意参谋

“生意参谋”的使用和数据的搜集。

#### 2) 人气排名

通过天猫搜索中的“人气排名”，搜集行业及类目搜索现状和热销商品成交情况。

#### 3) 相关活动数据

通过数据的查询和整理，可以分析店铺经营的核心数据，便于进行正确决策。

### 3、制订销售目标及费用预算

#### 1) 制订销售目标

传统线下零售一般是公司制订销售目标，再依据目标进行相应的活动推广，达成预期的营销效果。

#### 2) 制订费用预算

## 二、天猫站内推广

“直通车”“钻展”“淘宝客”是天猫最基础的、也是最有效的推广方式，是各个商家必须掌握的推广方式。

### 1、直通车

直通车是天猫最常用的推广方式，是一种搜索竞价推广方式，也是精准的推广手段。具体操作流程如下。

### 2、钻展

#### 1) 钻展的收费方式

#### 2) 钻展的收费算法

#### 3) 钻展的目标顾客群体

#### 4) 钻展的广告位置

#### 5) 钻展的创意

#### 6) 钻展测试

#### 7) 操作步骤

### 3、淘宝客

淘宝客的推广是一种按成交计费的推广模式，淘宝客推广成交后才计算推广

费用是对商家最有利的付费推广方式。淘宝客是推广商选择商家的产品或店铺进行推广，商家的自主余地相对较小，因此，淘宝客的推广相对运营来说简单一些。

### 三、站外推广实操

(1) 在天猫论坛中编辑并发布自己的商品推广帖。

(2) 以品牌名或店铺名来命名新浪微博，在微博中发布话题，并与粉丝互动，策划一条转发抽奖活动。

(3) 以品牌名或店铺名申请微信公众号，编辑推广信息并将其发布到公众账号中，再在推广内容最后添加公众号的二维码关注信息。

(4) 制作天猫手机海报，将手机海报链接地址分享到微信朋友圈和新浪微博。

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

# 广州华南商贸职业学院



## 《电商运营推广实训（C店）》 实训指导书

专 业：                     电子商务                    

班 级：                     2023级电子商务1-3班                    

组 长：                     高进锋                    

成 员：                     电子商务教研室                    

实训指导老师：                     杨玉婵、姚丹婷、郑敏榕                    

实训班主任：                     高进锋

## 项目任务1 网店筹备管理

### 活动分析单 1-1

实训目标	网店筹备管理
实训任务	熟悉网上开店的基本流程 网店市场分析 选择网店产品 选择网店平台 如何选择进货渠道 撰写网店创业策划书
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	1. 确定网店运营模式，给出选择理由。 2. 选定一个网店产品种类，写出选择该产品的理由；并对现有网上和现实实体店中的竞争对手的实际情况进行详细的分析。 3. 确定网上开店的平台，比较不同网店平台的特点；将目前你所选定的行业中同类型的网上店铺的运营的现有状况进行分析。 4. 选择网店产品的进货渠道；进行实地考察后，将不同的进货渠道的优劣进行分析，并写出分析报告。 5. 形成一份完整的网上开店策划书。 6. 对你选择的网店产品所属行业的发展趋势做一个简要的分析，并给出理由。

工作考核页 1-1

组长：

成员：

成绩：

编号： 1-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	网店市场分析	20 分		
(2)	选择网店产品	30 分		
(3)	根据选择网店平台	20 分		
(4)	如何选择进货渠道	20 分		
(5)	撰写网店创业策划书	10 分		
合计				

## 项目任务2 网店开设与装修

活动分析单 2-1

实训目标	店铺 PC 首页装修
实训任务	1.根据 PC 端尺寸设计首页美工图; 2.完成 PC 端代码排版;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机 (每人一台)、智能手机 (每人一部)。 (3) 学习任务考核单 (也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组, 每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1: 设计美工图, 美工图除了美观, 图片尺寸必须符合淘宝尺寸要求; 步骤 2: 将美工图分为几个模板; 步骤 3: 对各个模块, 使用 HTML 代码中盒子、内部样式表、定位、超链接代码完成排版; 步骤 4: 上传图片, 替换代码中的图片连接为图片空间连接; 步骤 5: 完成超链接制作; 步骤 6: 使用全屏框架代码封装代码, 并上传到淘宝装修平台; 步骤 7: 预览装修效果。

工作考核页 2-1

组长：

成员：

成绩：

编号： 3-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30 分		
(2)	代码排版	30 分		
(3)	图片代码替换	20 分		
(4)	全屏框架封装及代码上传	20 分		
合计				

活动分析单 2-2

实训目标	店铺 APP 首页装修
实训任务	1.根据 APP 端新版装修尺寸设计首页美工图; 2.完成 APP 端图片上传及热点制作;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机 (每人一台)、智能手机 (每人一部)。 (3) 学习任务考核单 (也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组, 每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1: 设计美工图, 美工图除了美观, 图片尺寸必须符合淘宝 APP 端新版尺寸要求 (750px); 步骤 2: 将美工图上传至图片空间; 步骤 3: 进入装修后台; 步骤 4: 完成店招图片上传; 步骤 5: 选择自定义模块; 步骤 6: 选择图片, 通过图片热点设计超链接; 步骤 7: 在首页中添加首页视频, 注意 APP 端首页视频不超过 2 分钟; 步骤 8: 在首页模块中添加系统模板: 买家秀、团购、淘抢购等模块。 步骤 9: 保存并发布。

工作考核页 2-2

组长：

成员：

成绩：

编号： 3-2

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30分		
(2)	图片热点制作	30分		
(3)	首页视频	20分		
(4)	系统模块	20分		
合计				

## 项目任务3 网店商品信息管理与发布

### 活动分析单3

实训目标	发布商品
实训任务	1、确定发布流程' 2、宝贝发布流程 3、宝贝详情页的构成及排版设计
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1: 确定发布流程' 步骤 2: 宝贝发布流程 步骤 3: 宝贝详情页的构成及排版设计

工作考核页 4

组长：

成员：

成绩：

编号： 4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	确定发布流程	25分		
(2)	宝贝发布流程	25分		
(3)	宝贝详情页的构成	25分		
(4)	及排版设计	25分		
合计				

## 项目任务4 网店物流与配送

### 活动分析单3

实训目标	设置网店物流模板
实训任务	1.设置模板 2.创建多个种类的运费模块 3.应用于宝贝中
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1: 设置模板 步骤 2: 创建多个种类的运费模块 步骤 3: 发布商品运用上模板

工作考核页 4

组长：

成员：

成绩：

编号： 4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	设置模板	25分		
(2)	创建多个种类的运费模块	25分		
(3)	发布商品	25分		
(4)	运用上模板	25分		
合计				

## 项目任务5 网店数据分析

### 活动分析单5

实训目标	通过超级推荐提升店铺流量
实训任务	1.创建超级推荐计划; 2.设置计划中人群定向;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机(每人一台)、智能手机(每人一部)。 (3) 学习任务考核单(也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组,每组设组长一名。
实训步骤	步骤1:营销中心——超级推荐——创建新品推广计划; 步骤2:对计划进行人群定位; 步骤3:设置推广单元——设置推广产品; 步骤4:对特定人群进行溢价设置; 步骤5:设置产品创意; 步骤6:发布计划 步骤7:营销中心——超级推荐——创建爆款拉新推广计划;目标为收藏加购, 步骤8:对计划进行人群定位; 步骤9:设置推广单元——设置推广产品; 步骤10:对特定人群进行溢价设置; 步骤11:设置产品创意; 步骤12:发布计划

工作考核页 5

组长：

成员：

成绩：

编号： 5

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	新品推广计划	30 分		
(2)	爆款拉新计划	30 分		
(3)	人群定位	20 分		
(4)	产品创意	20 分		
合计				

## 项目任务6 网店推广管理

活动分析单 1-1

实训目标	通过直通车提升店铺流量
实训任务	1.创建直通车推广计划; 2.设置计划中人群定向;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机(每人一台)、智能手机(每人一部)。 (3) 学习任务考核单(也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组,每组设组长一名。
实训步骤	步骤1:营销中心——直通车——创建直通车推广计划; 步骤2:对计划进行人群定位; 步骤3:设置推广单元——设置推广产品; 步骤4:对特定人群进行溢价设置; 步骤5:设置产品创意; 步骤6:设置推广时间,地区,站内外;(根据手机端人群特性设置时间) 步骤7:发布计划

工作考核页 6

组长：

成员：

成绩：

编号： 6

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	人群定向	30 分		
(2)	人群溢价	30 分		
(3)	产品创意	20 分		
(4)	引流词	20 分		
合计				

## 项目任务7 店铺日常管理

### 活动分析单7

实训目标	店铺日常管理：通过淘宝客提升店铺流量
实训任务	1.日常淘客推广计划设置； 2.淘客团长计划报名。
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤1：营销中心——淘客推广； 步骤2：设置淘客通用计划； 步骤3：设置淘客自选计划； 步骤4：设置淘客定向计划； 步骤5：在淘客活动中，筛选符合店铺特征团长； 步骤6：使用旺旺与团长进行合作洽谈； 步骤7：选择该团长报名该团长招商计划。

工作考核页 7

组长：

成员：

成绩：

编号： 7

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	通用计划	20 分		
(2)	自选计划	20 分		
(3)	定向计划	30 分		
(4)	普通团长招商计划	30 分		
合计				

## 项目任务8 网店财务管理

### 活动分析单8

实训目标	财务管理
实训任务	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 整理店铺数据</li><li>2. 结算金额</li><li>3. 汇报</li></ol>
环境需求	<ol style="list-style-type: none"><li>(1) 互联网接入。</li><li>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</li><li>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</li><li>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</li></ol>
实训步骤	<p>步骤 1: 整理店铺数据</p> <p>步骤 2: 结算推广运营金额</p> <p>步骤 3: 小组汇报</p>

工作考核页 8

组长：

成员：

成绩：

编号： 8

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	整理店铺数据	20 分		
(2)	结算推广运营金额	20 分		
(3)	经营收益排名	30 分		
(4)	小组汇报	30 分		
合计				

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	电商直播技术
制    定    人:	姚丹婷
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	(第6周至第18周内安排)
实训总学时:	26
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训项目 1	1
实训项目 2	2
实训项目 3	3
实训项目 4	4
实训项目 5	5
实训项目 6	6
实训项目 7	7
实训项目 8	8
实训项目 9	9
实训项目 10	10
实训项目 11	11
实训项目 12	12
实训项目 13	13
实训项目 14	14
实训项目 15	15
实训项目 16	16

## 实训项目 1：直播平台类型

### 一、实训目标

- 1、了解直播的平台情况
- 2、掌握直播平台的分类

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 3、了解直播的平台情况
- 4、掌握直播平台的分类

### 三、背景知识

- 1、直播概况
- 2、直播定义

### 四、实训工具与设备

计算机、办公软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、直播种类特点
- 2、直播优势
- 3、罗列各个平台特点

### 六、考核或评价标准

- 1、直播种类特点（20分）
- 2、直播优势（30分）
- 3、罗列各个平台特点（50分）

## 实训项目 2：直播平台方案策划

### 一、实训目标

- 1、了解直播的基本流程
- 2、掌握直播营销活动流程规划

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、了解直播的基本流程
- 2、掌握直播营销活动流程规划

### 三、背景知识

- 1、直播平台操作
- 2、直播概况

### 四、实训工具与设备

计算机、办公软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、了解直播的流程
- 2、对流程进行规划设计，并撰写策划方案

### 六、考核或评价标准

- 1、直播的流程（50分）
- 2、直播流程策划方案（50分）

## 实训项目 3：商家直播选择主播的策略

### 一、实训目标

- 1、了解直播中选择主播的要求
- 2、掌握直播营销活动主播的策略

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、了解直播中选择主播的要求
- 2、掌握直播营销活动主播的策略

### 三、背景知识

- 1、视频号平台操作
- 2、直播概况

### 四、实训工具与设备

计算机、办公软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、了解直播中选择主播的要求
- 2、对案例中主播情况进行分析
- 3、罗列选择主播的策略要求

### 六、考核或评价标准

- 1、对案例中主播情况进行分析（50分）
- 2、罗列选择主播的策略要求（50分）

## 实训项目 4： 直播营销话术技巧（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握话术技巧内容
- 2、学会直播间商品“四步营销法”

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据产品卖点，播间商品“四步营销法”进行直播话术演练

### 三、背景知识

- 1、熟悉直播商品
- 2、四步营销法

### 四、实训工具与设备

计算机、win7 系统、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、商品了解
- 2、商品卖点拆分
- 3、话术撰写
- 4、话术修改
- 5、现场录制

### 六、考核或评价标准

- 1、话术撰写（50 分）
- 2、话术视频录制（50 分）

## **实训项目 5：直播间商品讲解要点拆解法**

### **一、实训目标**

- 1、掌握直播间商品讲解要点拆解
- 2、学会要点拆解对产品进行提炼并直播

### **二、项目（实训）中的具体任务**

根据直播间商品讲解要点拆解，进行直播话术演练

### **三、背景知识**

- 1、熟悉直播商品卖点
- 2、四步营销法

### **四、实训工具与设备**

计算机、win7 系统、手机

### **五、实训步骤、内容及学时**

- 1、商品了解
- 2、商品卖点拆分
- 3、话术撰写
- 4、话术修改
- 5、现场录制

### **六、考核或评价标准**

- 1、卖点拆分（50 分）
- 2、话术视频录制（50 分）

## 实训项目 6： 直播间设计

### 一、实训目标

- 1、掌握直播设备的配置，包括室内直播设备和室外直播设备；直播间的布置，场地要求、场景布置及辅助道具的使用；
- 2、会对直播间的灯光布置，包括灯光的选择，灯光的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播前的直播间设计，并调试设备

### 三、背景知识

色彩搭配，镜头画面构图

### 四、实训工具与设备

计算机、win7 系统，直播间及直播间设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、直播间环境规划
- 2、直播推流设备调试

### 六、考核或评价标准

- 1、直播间环境规划（50 分）
- 2、直播推流设备调试（50 分）

## 实训项目 7： 商品选择与规划（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握商品定价策略
- 2、会直播间商品的精细化配置与管理

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播间的商品陈列实操

### 三、背景知识

产品规划相关知识

### 四、实训工具与设备

计算机、直播间、ps 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、根据定价策略对商品进行定价
- 2、设计活动价格
- 3、对直播间的商品进行陈列设计
- 4、设计活动图

### 六、考核或评价标准

- 1、商品活动定价（20 分）
- 2、直播间的商品进行陈列设计（60 分）
- 3、设计活动图（20 分）

## 实训项目 8： 直播商品陈列

### 一、实训目标

- 1、掌握直播间商品陈列
- 2、会直播间商品进行布置以及陈列

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播间的商品陈列实操

### 三、背景知识

商品陈列相关知识

### 四、实训工具与设备

计算机、直播间、ps 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、根据定价策略对商品进行定价
- 2、设计活动价格
- 3、对直播间的商品进行陈列设计
- 4、设计活动图

### 六、考核或评价标准

- 1、商品活动定价（50 分）
- 2、直播间的商品进行陈列设计（50 分）

## 实训项目 9：“引流”互动技巧（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握开展平台内付费推广方法
- 2、掌握粉丝运营技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播商品项目引流，并进行粉丝互动

### 三、背景知识

掌握了直播流程，能进行开播工作

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、了解平台付费规则
- 2、进行平台付费推广规划
- 3、直播前推流信息给粉丝
- 4、开播粉丝问候
- 5、粉丝优惠活动互动
- 6、粉丝游戏互动
- 7、粉丝团购活动

### 六、考核或评价标准

- 1、平台付费推广规划（50 分）
- 2、粉丝互动粘性（50 分）

## 实训项目 10： 直播间标题设置

### 一、实训目标

- 1、掌握封面图设计方法
- 2、掌握直播标题设置

### 二、项目（实训）中的具体任务

通过直播商品上架，进行直播间的标题设置

### 三、背景知识

掌握了直播流程，能进行开播工作

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、掌握封面图设计方法
- 2、掌握直播标题设置  
(设置利益点、借势热点、激发好奇心、逆向表达)
- 3、直播标签

### 六、考核或评价标准

- 1、掌握封面图设计方法（20 分）
- 2、掌握直播标题设置（30 分）
- 3、直播标签（50 分）

## 实训项目 11：数据复盘直播优化（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握数据复盘技巧
- 2、掌握数据复盘直播优化的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

通过直播后台数据进行优化分析

### 三、背景知识

前期进行了开播操作，并有一定的销量数据

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、导出后台直播数据
- 2、直播数据分析
- 3、直播数据优化

### 六、考核或评价标准

- 1、导出后台直播数据（20 分）
- 2、直播数据分析（30 分）
- 3、直播数据优化（50 分）

## 实训项目 12： 淘宝直播(2)

### 一、实训目标

掌握淘宝实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的淘宝直播带货

### 三、背景知识

知道淘宝直播的相关推广知识，了解淘宝直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、开通淘宝直播权限
- 2、在 PC 端管理淘宝直播
- 3、创建淘宝直播预告
- 4、填写直播相关的预告信息
- 5、视频推流预测
- 6、开播、吸粉
- 7、复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 13： 淘宝直播运营实操

### 一、实训目标

掌握淘宝直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的淘宝直播带货

### 三、背景知识

知道淘宝直播的相关推广知识，了解淘宝直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、开通淘宝直播权限
- 2、手机端进行淘宝直播
- 3、创建淘宝直播预告
- 4、填写直播相关的预告信息
- 5、视频推流预测
- 6、开播、吸粉
- 7、复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 14：抖音直播

### 一、实训目标

掌握抖音直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的抖音直播带货

### 三、背景知识

知道抖音直播的相关推广知识，了解抖音直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、打开抖音，点击我，选择创作者服务中心；
- 2、在通用能力中点击开始直播，开始视频直播；
- 3、输入姓名和身份证号码，开始认证；
- 4、通过人脸识别，认证成功后再点击开始视频直播
- 5、开播前的预热
- 6、开播后的复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 15：快手直播

### 一、实训目标

掌握快手直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的快手直播带货

### 三、背景知识

知道快手直播的相关推广知识，了解快手直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、打开快手 APP，
- 2、点击底部中间的图标，选择开直播，
- 3、点击添加封面，点击从相册选取，选择一张照片作为封面，
- 4、点击选取，点击开始直播，输入真实姓名与身份证，
- 5、点击确定完成实名认证即可开始直播
- 6、开播前预热
- 7、开播后的复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 16：多平台直播复习

### 一、实训目标

掌握多平台直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的平台直播带货

### 三、背景知识

知道直播的相关推广知识，了解平台直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、打开平台，
- 2、选择开直播，
- 3、选择一张照片作为封面，
- 4、输入真实姓名与身份证，
- 5、点击确定完成实名认证即可开始直播
- 6、开播前预热
- 7、开播后的复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	电商直播技术
制    定    人:	姚丹婷
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	(第6周至第18周内安排)
实训总学时:	26
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训项目 1	1
实训项目 2	2
实训项目 3	3
实训项目 4	4
实训项目 5	5
实训项目 6	6
实训项目 7	7
实训项目 8	8
实训项目 9	9
实训项目 10	10
实训项目 11	11
实训项目 12	12
实训项目 13	13
实训项目 14	14
实训项目 15	15
实训项目 16	16

## 实训项目 1：直播平台类型

### 一、实训目标

- 1、了解直播的平台情况
- 2、掌握直播平台的分类

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 3、了解直播的平台情况
- 4、掌握直播平台的分类

### 三、背景知识

- 1、直播概况
- 2、直播定义

### 四、实训工具与设备

计算机、办公软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、直播种类特点
- 2、直播优势
- 3、罗列各个平台特点

### 六、考核或评价标准

- 1、直播种类特点（20分）
- 2、直播优势（30分）
- 3、罗列各个平台特点（50分）

## 实训项目 2：直播平台方案策划

### 一、实训目标

- 1、了解直播的基本流程
- 2、掌握直播营销活动流程规划

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、了解直播的基本流程
- 2、掌握直播营销活动流程规划

### 三、背景知识

- 1、直播平台操作
- 2、直播概况

### 四、实训工具与设备

计算机、办公软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、了解直播的流程
- 2、对流程进行规划设计，并撰写策划方案

### 六、考核或评价标准

- 1、直播的流程（50分）
- 2、直播流程策划方案（50分）

## 实训项目 3：商家直播选择主播的策略

### 一、实训目标

- 1、了解直播中选择主播的要求
- 2、掌握直播营销活动主播的策略

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、了解直播中选择主播的要求
- 2、掌握直播营销活动主播的策略

### 三、背景知识

- 1、视频号平台操作
- 2、直播概况

### 四、实训工具与设备

计算机、办公软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、了解直播中选择主播的要求
- 2、对案例中主播情况进行分析
- 3、罗列选择主播的策略要求

### 六、考核或评价标准

- 1、对案例中主播情况进行分析（50分）
- 2、罗列选择主播的策略要求（50分）

## 实训项目 4： 直播营销话术技巧（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握话术技巧内容
- 2、学会直播间商品“四步营销法”

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据产品卖点，播间商品“四步营销法”进行直播话术演练

### 三、背景知识

- 1、熟悉直播商品
- 2、四步营销法

### 四、实训工具与设备

计算机、win7 系统、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、商品了解
- 2、商品卖点拆分
- 3、话术撰写
- 4、话术修改
- 5、现场录制

### 六、考核或评价标准

- 1、话术撰写（50 分）
- 2、话术视频录制（50 分）

## 实训项目 5：直播间商品讲解要点拆解法

### 一、实训目标

- 1、掌握直播间商品讲解要点拆解
- 2、学会要点拆解对产品进行提炼并直播

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据直播间商品讲解要点拆解，进行直播话术演练

### 三、背景知识

- 1、熟悉直播商品卖点
- 2、四步营销法

### 四、实训工具与设备

计算机、win7 系统、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、商品了解
- 2、商品卖点拆分
- 3、话术撰写
- 4、话术修改
- 5、现场录制

### 六、考核或评价标准

- 1、卖点拆分（50 分）
- 2、话术视频录制（50 分）

## 实训项目 6： 直播间设计

### 一、实训目标

- 1、掌握直播设备的配置，包括室内直播设备和室外直播设备；直播间的布置，场地要求、场景布置及辅助道具的使用；
- 2、会对直播间的灯光布置，包括灯光的选择，灯光的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播前的直播间设计，并调试设备

### 三、背景知识

色彩搭配，镜头画面构图

### 四、实训工具与设备

计算机、win7 系统，直播间及直播间设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、直播间环境规划
- 2、直播推流设备调试

### 六、考核或评价标准

- 1、直播间环境规划（50 分）
- 2、直播推流设备调试（50 分）

## 实训项目 7： 商品选择与规划（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握商品定价策略
- 2、会直播间商品的精细化配置与管理

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播间的商品陈列实操

### 三、背景知识

产品规划相关知识

### 四、实训工具与设备

计算机、直播间、ps 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、根据定价策略对商品进行定价
- 2、设计活动价格
- 3、对直播间的商品进行陈列设计
- 4、设计活动图

### 六、考核或评价标准

- 1、商品活动定价（20 分）
- 2、直播间的商品进行陈列设计（60 分）
- 3、设计活动图（20 分）

## 实训项目 8： 直播商品陈列

### 一、实训目标

- 1、掌握直播间商品陈列
- 2、会直播间商品进行布置以及陈列

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播间的商品陈列实操

### 三、背景知识

商品陈列相关知识

### 四、实训工具与设备

计算机、直播间、ps 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、根据定价策略对商品进行定价
- 2、设计活动价格
- 3、对直播间的商品进行陈列设计
- 4、设计活动图

### 六、考核或评价标准

- 1、商品活动定价（50 分）
- 2、直播间的商品进行陈列设计（50 分）

## 实训项目 9：“引流”互动技巧（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握开展平台内付费推广方法
- 2、掌握粉丝运营技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务

直播商品项目引流，并进行粉丝互动

### 三、背景知识

掌握了直播流程，能进行开播工作

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、了解平台付费规则
- 2、进行平台付费推广规划
- 3、直播前推流信息给粉丝
- 4、开播粉丝问候
- 5、粉丝优惠活动互动
- 6、粉丝游戏互动
- 7、粉丝团购活动

### 六、考核或评价标准

- 1、平台付费推广规划（50 分）
- 2、粉丝互动粘性（50 分）

## 实训项目 10： 直播间标题设置

### 一、实训目标

- 1、掌握封面图设计方法
- 2、掌握直播标题设置

### 二、项目（实训）中的具体任务

通过直播商品上架，进行直播间的标题设置

### 三、背景知识

掌握了直播流程，能进行开播工作

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、掌握封面图设计方法
- 2、掌握直播标题设置  
(设置利益点、借势热点、激发好奇心、逆向表达)
- 3、直播标签

### 六、考核或评价标准

- 1、掌握封面图设计方法（20 分）
- 2、掌握直播标题设置（30 分）
- 3、直播标签（50 分）

## 实训项目 11：数据复盘直播优化（2）

### 一、实训目标

- 1、掌握数据复盘技巧
- 2、掌握数据复盘直播优化的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

通过直播后台数据进行优化分析

### 三、背景知识

前期进行了开播操作，并有一定的销量数据

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、导出后台直播数据
- 2、直播数据分析
- 3、直播数据优化

### 六、考核或评价标准

- 1、导出后台直播数据（20 分）
- 2、直播数据分析（30 分）
- 3、直播数据优化（50 分）

## 实训项目 12： 淘宝直播(2)

### 一、实训目标

掌握淘宝实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的淘宝直播带货

### 三、背景知识

知道淘宝直播的相关推广知识，了解淘宝直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、开通淘宝直播权限
- 2、在 PC 端管理淘宝直播
- 3、创建淘宝直播预告
- 4、填写直播相关的预告信息
- 5、视频推流预测
- 6、开播、吸粉
- 7、复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 13： 淘宝直播运营实操

### 一、实训目标

掌握淘宝直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的淘宝直播带货

### 三、背景知识

知道淘宝直播的相关推广知识，了解淘宝直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、开通淘宝直播权限
- 2、手机端进行淘宝直播
- 3、创建淘宝直播预告
- 4、填写直播相关的预告信息
- 5、视频推流预测
- 6、开播、吸粉
- 7、复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 14：抖音直播

### 一、实训目标

掌握抖音直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的抖音直播带货

### 三、背景知识

知道抖音直播的相关推广知识，了解抖音直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、打开抖音，点击我，选择创作者服务中心；
- 2、在通用能力中点击开始直播，开始视频直播；
- 3、输入姓名和身份证号码，开始认证；
- 4、通过人脸识别，认证成功后再点击开始视频直播
- 5、开播前的预热
- 6、开播后的复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 15：快手直播

### 一、实训目标

掌握快手直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的快手直播带货

### 三、背景知识

知道快手直播的相关推广知识，了解快手直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、打开快手 APP，
- 2、点击底部中间的图标，选择开直播，
- 3、点击添加封面，点击从相册选取，选择一张照片作为封面，
- 4、点击选取，点击开始直播，输入真实姓名与身份证，
- 5、点击确定完成实名认证即可开始直播
- 6、开播前预热
- 7、开播后的复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

## 实训项目 16：多平台直播复习

### 一、实训目标

掌握多平台直播运营实操过程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、进行一场有专题的平台直播带货

### 三、背景知识

知道直播的相关推广知识，了解平台直播的法律法规

### 四、实训工具与设备

计算机、windows 7 操作系统，直播设备

### 五、实训步骤、内容及学时

- 1、打开平台，
- 2、选择开直播，
- 3、选择一张照片作为封面，
- 4、输入真实姓名与身份证，
- 5、点击确定完成实名认证即可开始直播
- 6、开播前预热
- 7、开播后的复盘

### 六、考核或评价标准

- 1、直播流程通畅（50分）
- 2、预告信息准确，吸引人（20分）
- 3、数据可观（30分）

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	电子商务实务
制    定    人:	郑敏榕、曾航娣、刘洁芳 顾金微、王柳婷、戴鹏慧
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	13
实训总学时:	26
教研室审批:	高进锋
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一、认识电子商务 .....	错误! 未定义书签。
项目二、网络零售实训 .....	8
项目三、新零售 .....	13
项目四、B2B 电子商务实训 .....	17
项目五、跨境电商实训 .....	21
项目六、C2C 会员注册 .....	25
项目七、商品拍卖 .....	27
项目八、拍卖中心管理 .....	30
项目九、网络市场调研 .....	33
项目十、网络调研策略与网络广告 .....	35
项目十一、电子商务网站建设 .....	39
项目十二、物流与供应链管理 .....	42
项目十三、综合实训 .....	44

## 项目名称： 认识电子商务

### 一、实训目标

能够清晰地描述电子商务在某一行业中的应用情况。

### 二、项目（实训）中的具体任务

举例描述电子商务的分类及应用情况。了解电子商务的产生和发展阶段，及其对社会经济和企业的影响

### 三、背景知识

#### 一、电子商务产生和发展的条件

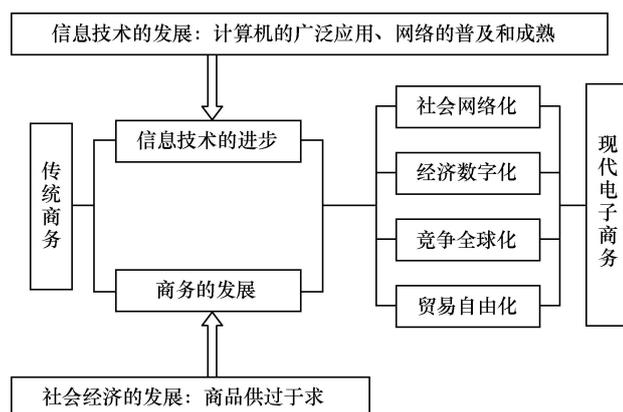
##### （一）电子商务产生和发展的条件

##### 1. 信息技术的发展

- （1）计算机的广泛应用。
- （2）网络的普及和成熟。

##### 2. 社会经济的发展

随着社会经济的发展，大多数商品出现了供应远远大于需求的现象。这时急需一种新的商务模式来提高企业的竞争力，电子商务即扮演了这种角色。电子商务是人类社会经济发展的必然趋势。



##### （二）电子商务的发展阶段

电子商务的发展根据其使用的网络不同，可分为四个阶段：基于电子数据交换的电子商务、基于互联网的电子商务、基于 3G 与 4G 的移动电子商务（移动电商）、基于新兴技术的智慧电子商务。

1. 基于 EDI 的电子商务
2. 基于互联网的电子商务
3. 基于基于 3G、4G、5G 的移动电子商务
4. 基于新兴技术的智慧电子商务

## 二、在线教育

在线教育（e-Learning），也称远程教育、网络教育，即为了教育、培训和知识管理而进行的在线信息传递。教与学可以不受时间、空间和地点等条件的限制，知识获取渠道灵活多样。

在线教育一般可分为以下几种类型。

1. B2C 在线教育模式
2. C2C 在线教育模式
3. O2O 在线教育模式
4. B2B 在线教育模式

## 三、互联网医疗

科技革新与消费需求升级是商业世界得以重塑的最重要的两大推动力，在医疗健康服务领域也是如此。在这两大推动下，现今的医疗健康服务领域诞生了许多创新的商业模式。

### （一）互联网医疗分类

互联网医疗电子商务（互联网医疗）主要指面向 C 端（消费者端，Consumer）的医疗健康互联网产品。互联网医疗按类别可以划分为以下几种类型。

- （1）围绕“疾病”来提供健康服务。
- （2）围绕“药品”来提供健康服务。
- （3）围绕“内容”来提供健康服务。

互联网医疗还可以按病患就诊阶段划分为诊前、诊中和诊后三个阶段。

### （二）在线问诊的模式

在线问诊是互联网医疗服务的主要形式。目前在线问诊的主要方式有轻问诊模式、视频问诊模式和导医导药模式等。医生的响应时间根据不同形式也各有差异，从 15 分钟到 24 小时不等。

1. 轻问诊模式

2. 视频问诊模式

3. 导医导药模式

#### 四、在线旅游

在线旅游电子商务（在线旅游）是通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供旅游相关信息、产品和服务。在线旅游包括在线机票/火车票预订、在线住宿预订、在线度假预订和其他旅游产品及服务（如商旅、保险、Wi-Fi 等）。

##### （一）在线旅游的分类

###### 1. 按照交易类型划分

按照交易类型划分，在线旅游可以划分为 B2B 交易模式、B2C 交易模式和 C2B 交易模式。

###### 2. 按经营模式的不同划分

按经营模式的不同，在线旅游可分为主要有自营、代理、零售、动态打包四种类型。

（1）自营是产品自主研发、资源直采，产品从生产到服务都是由自己来做，如途牛的海外直采，携程自营都是这种做法。

（2）代理是供应商提供产品给在线旅行社（Online Travel Agency, OTA），在线旅行社来帮助运营，双方以成本加价模式合作，订单的咨询、售前售后的服务由在线旅行社完成。

（3）零售是伴随在线旅行社规模扩大衍生出的一种类似“淘宝”的模式，需要有一定的流量规模，在线旅行社只提供流量入口。

（4）动态打包模式适用于自由行。

##### （二）在线旅游的发展趋势

（1）智能化、主题化。（2）增多细分品类。（3）获取流量多元化

#### 五、电子商务涉及的法律问题

电子商务涉及的法律问题主要有电子合同问题、知识产权问题、个人隐私问题和管辖权问题等。实际上，电子商务涉及的法律问题不止这些，这些只是最突

出的和最主要的。（1）电子合同问题。（2）知识产权问题。（3）个人隐私问题。（4）管辖权问题。

## 六、电子商务法律及相关政策

（一）已出台的电子商务法律及相关政策

1. 电子合同具有法律效力
2. 电子签名制度
3. 域名法律保护
4. 电子商务法

《中华人民共和国电子商务法》（《电子商务法》）自2019年1月1日起施行，这是中国第一部电子商务领域的综合性法律。《电子商务法》是一部调整消费者、平台、入驻经营者利益法律关系的民事立法。

（二）电子商务法主要解决的问题

对于电子商务发展过程中出现的主要问题或矛盾，《电子商务法》作出了相应的规定。

1. 电子商务经营者应依法办理市场主体登记

《电子商务法》规定，电子商务经营者应依法办理市场主体登记。个人网店经营者、微商、代购等属于电子商务经营者，应依法办理市场主体登记，受《电子商务法》的约束。

但是，个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动无须进行登记。

2. 商家销售的商品有问题，平台承担连带责任
3. 明确商家承担运输责任和风险
4. 网络搭售商品不得设置为默认
5. 消费者付款成功后，经营者不得随意毁约
6. 评价应真实，“刷好评”、擅自“删差评”将被严惩
7. 破解“押金”难退，退款方式将被明确

## 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

## （一）实训步骤

### 1.导入

分小组，各小组根据电子商务相关知识点，通过案例分析，了解电子商务的分类及应用情况

### 2.介绍知识点

（一）传统商务与电子商务的比较

（二）电子商务产生和发展的条件

（三）电子商务的系统组成

（四）电子商务法律及相关政策

### 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解电子商务的分类及应用情况

### 4.独立设计，个别指导

### 5.作品展示

### 6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

（二）实训内容：

1、能够清晰地描述电子商务在某一行业中的应用情况。

分小组，各小组根据网络零售的相关知识点，完成学习

（1）小组通过学习相关知识点，举例描述电子商务的分类及应用情况。

（2）了解电子商务的产生和发展阶段，及其对社会经济和企业的影响

（三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：项目 2：网络零售实训

### 一、实训目标

能够熟练地在淘宝网上开设和运营自己的店铺，并将拍卖的相关知识应用于淘宝店铺的运营中。

### 二、项目（实训）中的具体任务

能熟练进行网上购物，学会网上支付。能够举例分析不同 B2C 网站的经营模式。

### 三、背景知识

#### （一）B2C 后台管理流程和 B2C 网上购物流程

##### 1. B2C 网上购物流程

客户注册会员→商品搜索选购→下订单（放进购物车）→收银台→选择送货方式→在线支付或汇款→购物完成→订单查询→等待收货。

##### 2. B2C 后台管理流程

（1）网上客户下订单→订单受理→查询商品库存。

（2）库存有货→生成销售单。

库存无货→采购→生成采购单→确认入库→生成销售单。

（3）确认出库→发货确认→结算。

（4）库存综合查询。

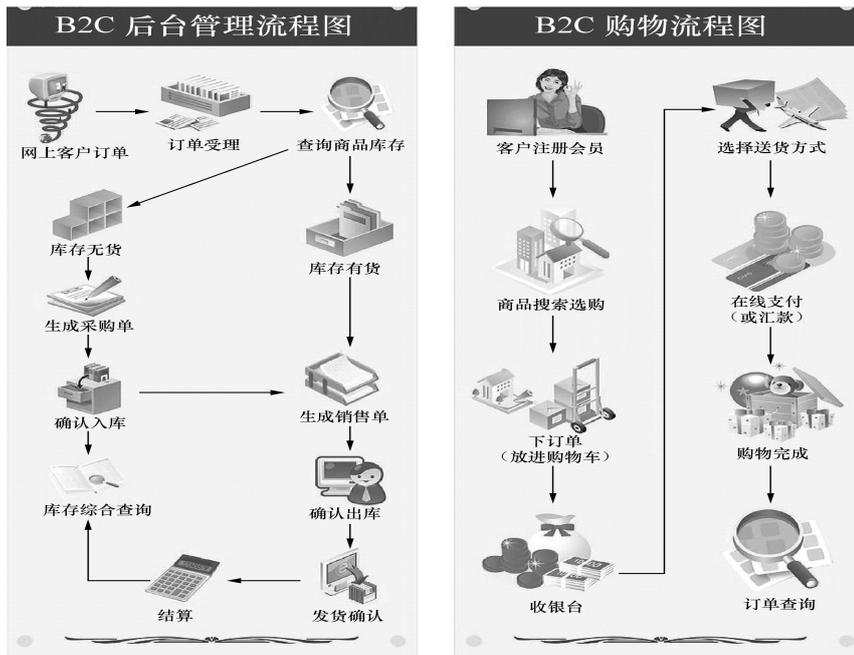


图 B2C 后台管理流程和 B2C 的购物流程

### 3. B2C 网站的后台管理功能

- (1) 会员管理
- (2) 产品管理
- (3) 价格管理
- (4) 订单管理
- (5) 销售统计分析
- (6) 网站统计分析
- (7) 站点管理
- (8) 其他管理

其他管理包括物流进程监控管理、网站的内容管理、网站的功能管理和服务管理等。

### (二) B2C 电子商务网站的主要赢利模式

- 1、网络广告收益模式
- 2、产品销售销售营业收入

3、出租虚拟店铺和提供服务收费模式

4、网站的间接收益模式

(三) C2C 网上交易及开店的流程

C2C 购买过程:

1. 会员注册
2. 浏览搜索商品
3. 联络卖家
4. 出价和付款
5. 收货和评价

C2C 网上开店流程:

1. 会员注册
2. 开通 C2C 平台的支付工具
3. 实名认证
4. 发布商品, 开设店铺
5. 联络买家
6. 发货和评价

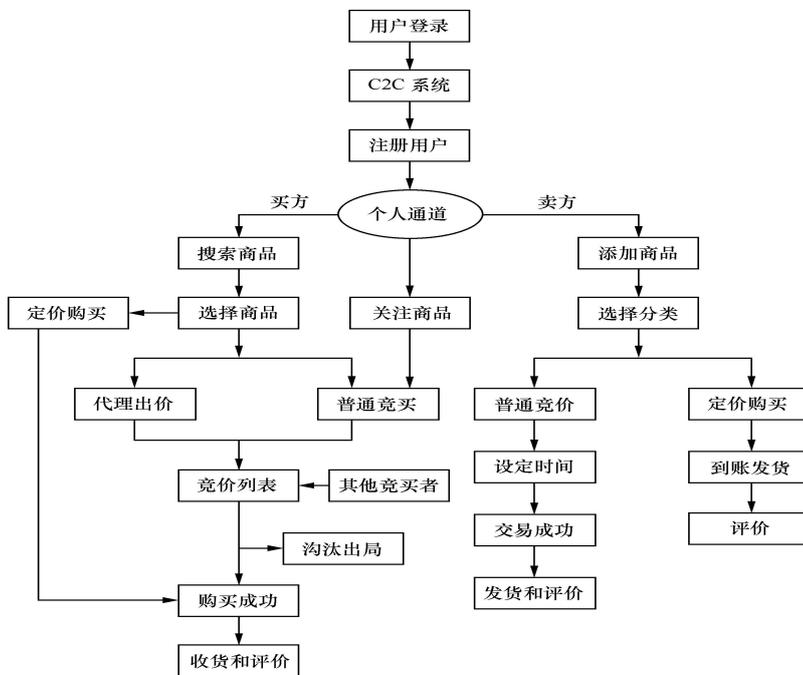


图 C2C 购买和拍卖流程

#### （四）货源的选择

##### 1. 淘宝网官方平台

###### （1）阿里巴巴。

淘宝卖家可以利用阿里巴巴的货源做代理，也可以通过阿里巴巴网上进货，然后在自己的店铺中上架销售。

###### （2）天猫供销平台。

##### 2. 产业带工厂

##### 3. 线下批发市场

##### 4. 当地特色产品

#### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

#### 五、实训步骤、内容及学时

##### （一）实训步骤

###### 1. 导入

分小组，各小组根据网络零售相关知识点，通过案例分析，了解不同 B2C 网站的经营模式。

###### 2. 介绍知识点

###### （一）B2C 后台管理流程和 B2C 网上购物流程

###### （二）B2C 电子商务网站的主要赢利模式

###### （三）拍卖平台运作模式

###### （四）C2C 店铺平台运作模式

###### 3. 分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解不同 B2C 网站的经营模式。

###### 4. 独立设计，个别指导

###### 5. 作品展示

###### 6. 评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

##### （二）实训内容：

###### 1、能够熟练地在淘宝网上开设和运营自己的店铺，并将拍卖的相关知识应

用于淘宝店铺的运营中。

分小组，各小组根据网络零售的相关知识点，完成学习

(1) 小组通过学习相关知识点，熟练进行网上购物，学会网上支付。

(2) 能够举例分析不同 B2C 网站的经营模式。

(三) 学时：2 学时

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面  
进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：项目 3：新零售

### 一、实训目标

能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势。

### 二、项目（实训）中的具体任务

能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式。

### 三、背景知识

#### （一）“互联网+”环境下传统实体企业的变革

##### 1. 传统实体企业向互联网转型的常见模式

- (1) 在第三方购物平台上开网店
- (2) 利用传统连锁店的品牌优势建立独立网购平台
- (3) 借助自媒体做移动电商
- (4) 利用手机应用程序做移动电商
- (5) 自有品牌商组建虚拟渠道

##### 2. 传统实体企业转型新零售的典型代表之一——永辉超市的“超级物种”

##### 3. 传统实体企业转型新零售的典型代表之二——大润发优鲜

##### 4. 传统实体企业转型新零售的典型代表之三——银泰百货

#### （二）线上企业布局线下实体店

##### 1. 无人门店：亚马逊和阿里巴巴开启新零售的样本

##### 2. 多品类经营：小米之家

##### 3. 软件硬件化：三只松鼠投食店

#### （三）线上线下一体化

##### 1. O2O 基本模式

O2O (Online to Offline) 模式为线上线下一体化的主要模式。

##### （1）导流类 O2O 模式

导流类 O2O 模式的核心是流量引导。这也是目前企业 O2O 模式中最主流的模式。导流类 O2O 模式是指以门店为核心，O2O 主要用来为线下门店导流，提高线下门店的销量。使用该模式的企业旨在利用 O2O 平台吸引更多的新客户到门店消费，建立一套线上和线下的会员互动互通机制。

- 1) 利用地图导航来导流
- 2) 利用手机应用程序入口来导流。

### (2) 体验类 O2O 模式

体验类 O2O 模式的核心是消费者对服务的体验和生活方式的便利。该模式是指网上寻找消费品，然后到现实的商店中体验和消费，是最典型的 O2O 模式。

### (3) 整合类 O2O 模式

整合类 O2O 模式的核心是全渠道的业务整合，即线上、线下全渠道的业务整合。

- 1) 先线上后线下。
- 2) 先线下后线上。

## 2. 新零售与 O2O

O2O 是线上线下两种渠道的融合，是新零售的必要条件之一，新零售是 O2O 模式的进化。新零售不只是两种渠道的融合，而是全渠道融通，实现商品、会员、交易、营销等数据的共融互通，为顾客提供跨渠道、无缝式体验。通常把新零售的全渠道融通总结为“六通”，即商品通、会员通、服务通、数据通、分销通、区域通。

表 新零售的三通

三通	分 类	作 用
商品通	价格打通	同款同价
	库存打通	库存无缝打通，支持线上下单、线下提货
	促销打通	终端可调拨发货
会员通	账号通用	方便线上线下采集数据
	积分通用	以利益捆绑客户
	行为记录	方便数据挖掘和精准营销
服务通	售前服务	门店与线上导购融合
	售中服务	锁定消费者，方便社群服务
	售后服务	退换货服务，线上线下皆可办理

### 1) 商品通、会员通、服务通

“商品通”“会员通”“服务通”是阿里总结的新零售的“三通”。

### 2) 数据通、分销通、区域通

“数据通”不仅依赖于系统内数据中心、会员数据管理等技术模块的落地实现，更加依赖于线下实体店的场景对接、活动核销对接和用户数据同步等。

“分销通”既让用户有产品消费的愉悦感，又可以获得一定的积分奖励或佣金收益，其让用户乐于去传播，也乐于去分销。

“区域通”就是要立足于区域服务，强化区域的扶植，精耕区域以挖掘服务互通、终端互连等价值。

表 新零售的数据通、分销通、区域通

	核 心 内 容	作 用
数 据 通	系统内数据打通	方便数据的应用
	会员数据打通	方便会员管理
	线下实体店数据打通	场景对接、活动核销对接和用户数据同步
分 销 通	用户是消费者	产品消费的愉悦感
	用户是分享者、分销者	意见领袖、分享达人等群体通过分销获得一定的佣金
区 域 通	区域深度服务、区域的互联互通	发挥口碑效应，让分销商拥有自己的社群影响力
	终端互连	让各区域终端能相互配合创造更多场景价值

#### （四）新零售未来的发展方向

1. 更加以消费者为中心
2. 流量零售
3. 社交与社群零售
4. 智能化零售、无人零售
5. 用户定位更精准
6. 数据争夺更激烈

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### （一）实训步骤

##### 1. 导入

分小组，各小组根据新零售相关知识点，通过案例分析，了解新零售的商业模式

##### 2. 介绍知识点

（一）“互联网+”环境下传统实体企业的变革

（二）线上企业布局线下实体店

（三）线上线下一体化

（四）新零售未来的发展方向

##### 3. 分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解新零售的发展方向，寻找新零售企业的发展模式

##### 4. 独立设计，个别指导

##### 5. 作品展示

##### 6. 评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

#### （二）实训内容：

##### 1、搜索新零售的商业模式类型

## 2、探索新零售发展方向

分小组，各小组根据新零售的相关知识点，完成学习

(1) 小组通过学习相关知识点，搜索新零售的商业模式类型

(2) 了解新零售企业的运营模式，探索新零售发展方向

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 4：B2B 电子商务实训

### 一、实训目标

掌握基于中介网站的 B2B 电子商务交易和 B2B 的交易过程。

### 二、项目（实训）中的具体任务

学会在中介网站上进行交易。

### 三、背景知识

#### （一）B2B 电子商务的发展阶段

B2B 电子商务的发展可以分为信息服务阶段、交易服务阶段和产业链综合服务阶段等三个阶段。

#### （二）B2B 电子商务的发展趋势

1. 供应链一体化
2. 构建完善的 B2B 电商生态圈
3. 行业垂直细分越加服务化
4. 根据地方特色产业链集群构建的 B2B 电商模式

#### （三）基于中介网站 B2B 交易概述

基于第三方中介网站的 B2B 交易是指由第三方提供一个称为 B2B 交易市场的电子商务交易服务平台，交易双方只要注册成为该网站会员，就可以借助该平台进行交易，平台的提供者并不参与交易，而是发挥中介服务作用。

电子交易市场的主要功能有以下几种：

1. 提供供求信息服务
2. 提供附加信息服务
3. 提供电子目录管理服务
4. 提供与交易配套的服务
5. 提供客户关系管理功能
6. 提供定价机制服务
7. 提供供应链管理服务

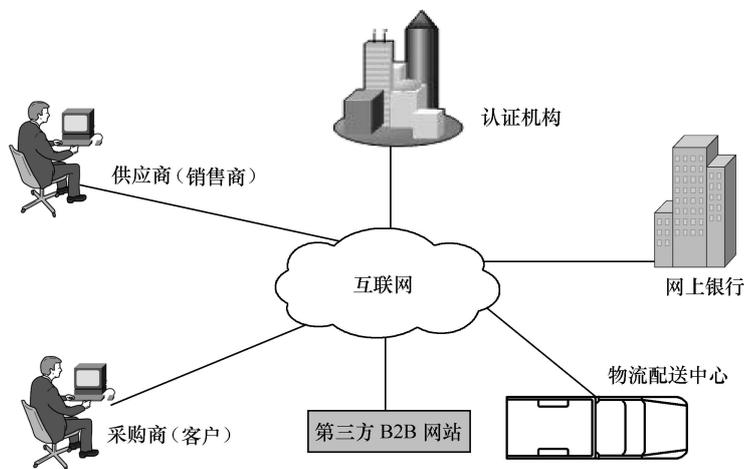
#### （四）基于中介网站 B2B 交易的机制

##### （一）基于第三方中介网站 B2B 交易的参与主体

基于第三方中介网站的 B2B 交易中，参与主体主要包括认证机构、采购商、供应商、第三方 B2B 中介网站、物流配送中心、网上银行等。

##### （二）基于第三方中介网站 B2B 交易的基本流程

- （1）第三方电子商务网站构建交易平台
- （2）交易双方分别申领、下载与安装 CA 证书。
- （3）交易双方在第三方交易平台进行会员注册。
- （4）审核通过交易双方的会员注册申请。
- （5）交易双方通过第三方交易平台发布各自的供求信息。
- （6）在交易平台提供大量详细的交易数据和市场信息。
- （7）选择自己的贸易伙伴，进行商务谈判，最终签订交易合同。
- （8）交易双方在第三方交易平台指定的银行办理收付款手续。
- （9）物流配送部门将卖方货物送交买方。
- （10）交易双方对对方信用作出评价，如有问题可通过平台进行投诉。



#### （五）B2B 电子商务中介网站的类型

按照 B2B 电子商务中介网站面向的行业范围，可以将 B2B 电子商务中介网站进一步划分为垂直 B2B 电商平台和水平 B2B 电商平台两种。

##### 1. 垂直 B2B 电商平台

垂直 B2B 电商平台也称行业性 B2B 电商网站，如中国化工网、全球纺织网和全球五金网等。此类网站的优点是容易将一个行业做深、做透，有着较强的专业

性，其缺点是受众过窄，难以形成规模效应。

垂直 B2B 电商平台又分为以下四种类型。

- (1) 以提供供求信息服务为主的行业 B2B 模式。
- (2) 以行业资讯服务为主的行业 B2B 模式。
- (3) 以招商加盟服务为主的行业 B2B 模式。
- (4) 以在线交易服务为主的行业 B2B 模式。

## 2. 水平 B2B 电商平台

水平 B2B 电商平台也称为综合类 B2B 电商网站。之所以用“水平”这一概念，主要是因为这类平台覆盖的行业范围很广，很多行业都可以在平台上开展商务活动。

水平 B2B 电商平台又可分为以下几种类型。

- (1) 以外贸服务为主的综合 B2B 模式。
- (2) 以内贸服务为主的综合 B2B 模式。
- (3) 以“行业门户+联盟”为主的综合 B2B 模式。
- (4) 以交易服务为主的综合 B2B 模式。

水平 B2B 电商平台和垂直 B2B 电商平台的比较

类 型	特 点	优 点	缺 点
水平 B2B 电商平台	为交易双方创建一个信息和交易的平台，涵盖不同行业和领域，服务于不同行业的从业者	追求的是“全”，能够获利的机会很多，潜在用户群较大，能够迅速地获得收益	用户群不稳定，被模仿的风险大
垂直 B2B 电商平台	将交易双方集合在一个市场中进行交易，网站的专业性很强，面向某一特定的专业领域，如信息技术、农业、化工、钢铁等。它将特定产业的上下游厂商聚集在一起，让各层次的厂商都能很容易地找到原料供应商或买主	专业性很强，容易吸引针对性较强的用户，并易于建立起忠实用户群，吸引固定的回头客	短期内不能迅速获益，很难转向多元化经营或向其他领域渗透

## 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### (一) 实训步骤

## 1.导入

分小组，各小组根据 B2B 相关知识点，对比不同的 B2B 平台的区别

## 2.介绍知识点

- (一) 电子交易市场的主要功能
- (二) 基于中介网站 B2B 交易的机制
- (三) B2B 电子商务中介网站的类型

## 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解阿里巴巴的运营模式，会在阿里巴巴网站上发布产品信息。

## 4.独立设计，个别指导

## 5.作品展示

6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

### (二) 实训内容：

- 1、电子交易市场的主要功能
- 2、基于中介网站 B2B 交易的机制
- 3、B2B 电子商务中介网站的类型

分小组，各小组根据 B2B 的相关知识点，完成学习

(1) 小组通过学习相关知识点，对比不同 B2B 平台的运营、物流等方面的区别

(2) 了解阿里巴巴的运营模式，会在阿里巴巴网站上发布产品信息。

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 5：跨境电商实训

### 一、实训目标

了解跨境电商的主要平台

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 学会选择跨境物流方式和支付方式。
2. 学会跨境电商平台的注册流程。

### 三、背景知识

#### 一、跨境物流

跨境物流是跨境电商的重要组成部分，是跨境电商运营的关键。从事跨境电商的卖家越来越多，每当有订单时，卖家第一个要考虑的问题就是怎么把货发到境外去。

##### （一）跨境电商物流渠道的选择

1. 根据实际需求选择
2. 了解各种物流方式的特点以及所能提供的服务
3. 多方对比，选择最合适的物流方式

##### （二）跨境物流的主要模式

跨境物流的主要模式有邮政包裹模式、国际快递模式、国内快递模式、专线物流模式和海外仓储模式等。

##### 1. 邮政包裹模式

邮政网络基本覆盖全球，比其他任何物流渠道都要广泛。这主要得益于万国邮政联盟和卡哈拉邮政组织（KPG）。

##### 2. 国际快递模式

国际快递模式主要是指借助四大国际商业快递巨头，即敦豪航空货运公司（DHL）、TNT 快递、美国联邦快递（FedEx）和联合包裹速递服务公司（UPS）的国际快递业务邮寄商品。

##### 3. 国内快递模式

国内快递主要是指全球邮政特快专递（EMS）、顺丰和“四通一达”等国内快递企业的跨境物流业务。

#### 4. 专线物流模式

跨境专线物流一般先通过航空包舱方式将快件运输到境外，再通过合作公司派送到目的地。

#### 5. 海外仓储模式

海外仓储服务是指由网络外贸交易平台、物流服务商独立或共同为卖家在销售目的地提供的商品仓储、分拣、包装和派送的一站式控制与管理服务。

#### (三) 跨境电商物流中的通关与报关

通关是出口跨境电商物流中必不可少的一个环节，商品通过海关查验并放行后，才能顺利进入目的国，再通过物流送达买家手中。

跨境电商企业可以通过通关服务平台实现通关一次申报，同时海关、税务、检验检疫、外汇、市场监管等部门也可通过通关服务平台获得跨境电商的商品信息，并对商品交易实现全流程监管。

跨境电商零售进口商品申报前，电商企业或电子商务交易平台企业、支付企业、物流企业应当分别通过跨境电商通关服务平台如实向海关传输交易、支付、物流等电子信息。一般来说，跨境电商出口报关需要经过六个步骤。

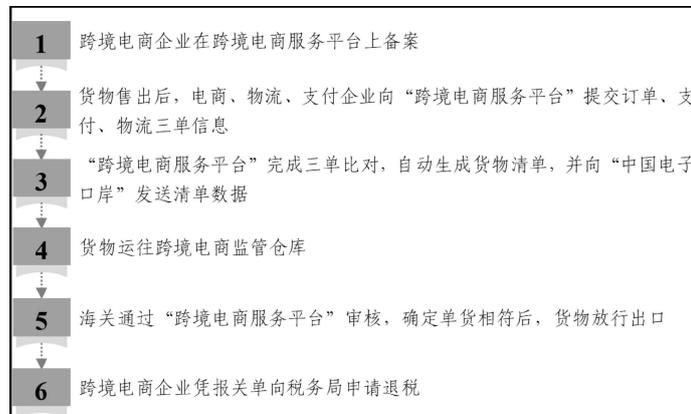


图 跨境电商出口报关基本流程

大体来说，跨境电商企业进出境货物报关需做以下三项工作。

- (1) 申报。
- (2) 查验。
- (3) 放行。

#### 二、跨境支付

跨境支付（Cross-border Payment）是指两个或者两个以上国家或者地区之间因国际贸易、国际投资及其他方面所发生的国际债权债务，借助一定的结算工

具和支付系统实现资金跨国和跨地区转移的行为。

跨境支付也是跨境电商经营活动的主要环节。在跨境电商领域，银行转账、信用卡支付和第三方支付等多种支付方式并存。电子商务的发展带动了第三方支付的快速发展，在人们切身感受到商品贸易全球化带来便利的同时，对于跨境支付的需求也日益增多。

## 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤

#### 1.导入

分小组，各小组根据跨境电商相关知识点，进行不同跨境电子商务平台的分析

#### 2.介绍知识点

（一）跨境物流的主要模式

（二）跨境电商物流中的通关与报关

（三）跨境支付

（四）典型的跨境电商平台有全球速卖通（AliExpress）、亚马逊（Amazon）、易贝（ebay）、Wish、敦煌网（DHgate）等。

#### 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解不同跨境电商 pigntai 的区别与运营

#### 4.独立设计，个别指导

#### 5.作品展示

#### 6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

（二）实训内容：

1、了解跨境物流的模式

2、了解跨境物流支付

### 3、对比不同的跨境电商平台

分小组，各小组根据跨境电商的相关知识点，完成跨境电商平台的学习

(1) 小组通过学习相关知识点，对比跨境电商平台的运营、物流等方面的区别

(2) 完成相关报告

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 6：C2C 会员注册

### 一、实训目标

熟练掌握拍卖的全过程，熟悉前台会员注册、客户投诉、新手上路、服务中心、新品上架、每日一拍、商品推荐、竞拍热点、特色拍卖等项目；熟悉后台登录日志、会员管理、群组设置、拍卖目录设置、拍卖商品管理等项目。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1.熟悉拍卖中心的构成、特点和各栏目的功能；
- 2.掌握拍卖中心注册的步骤。

### 三、背景知识

#### （一）运营模式

C2C(英文:Consumer to Consumer)实际是电子商务的专业用语，是个人与个人之间的电子商务。c2c 即消费者间。C2C 领域现已形成了四足鼎立之势：淘宝、易趣、拍拍、有啊。

#### （二）四大标准

- 1.WebsiteAesthetics 网页审美
- 2.Usability 可用性
- 3.Content 内容为王
4. SEO 搜索引擎优化

#### （三）盈利方式

1. 会员费
2. 交易提成
3. 广告费
4. 索排名竞价
5. 支付环节收费

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

## (一) 实训步骤

### 1. 导入

分小组，各小组根据 C2C 电商模式相关知识点，进行 C2C 网站注册

### 2. 任务流程



1) 点击进入网上交易—》C2C—》前台

2) 点击页面上方的的导航栏里“会员注册”，分别注册如下两个会员：

序号	项目	内容 1	内容 2
1.	会员名	××××	××××1
2.	密码	123456	123456
3.	所属地区	学校所在地	学校所在地
4.	联系人	学生真实姓名	学生真实姓名+1
5.	送货地址	学生寝室所在地	学生寝室所在地
6.	邮编	学校所在地邮编	学校所在地邮编
7.	电话号码	学生寝室电话	学生寝室电话
8.	电子邮件地址	××××@ecp.net	××××@ecp.net

## (二) 实训内容：

- 1、了解 C2C 电商模式
- 2、注册 C2C 网站
- 3、对比不同 C2C 电商平台

分小组，各小组根据跨境电商的相关知识点，完成跨境电商平台的学习

(1) 小组通过学习相关知识点，对比跨境电商平台的运营、物流等方面的区别

(2) 完成相关报告

## (三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

- 1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）
- 2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训7：商品拍卖

### 一、实训目标

熟练掌握拍卖的全过程，熟悉前台会员注册、客户投诉、新手上路、服务中心、新品上架、每日一拍、商品推荐、竞拍热点、特色拍卖等项目；熟悉后台登录日志、会员管理、群组设置、拍卖目录设置、拍卖商品管理等项目。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1.熟悉拍卖中心的构成、特点和各栏目的功能；
- 2.掌握拍卖中心注册的步骤。

### 三、背景知识

#### （一）运营模式

C2C(英文:Consumer to Consumer)实际是电子商务的专业用语，是个人与个人之间的电子商务。c2c即消费者间。C2C领域现已形成了四足鼎立之势：淘宝、易趣、拍拍、有啊。

#### （二）四大标准

- 1.WebsiteAesthetics 网页审美
- 2.Usability 可用性
- 3.Content 内容为王
4. SEO 搜索引擎优化

#### （三）盈利方式

1. 会员费
2. 交易提成
3. 广告费
4. 索排名竞价
5. 支付环节收费

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

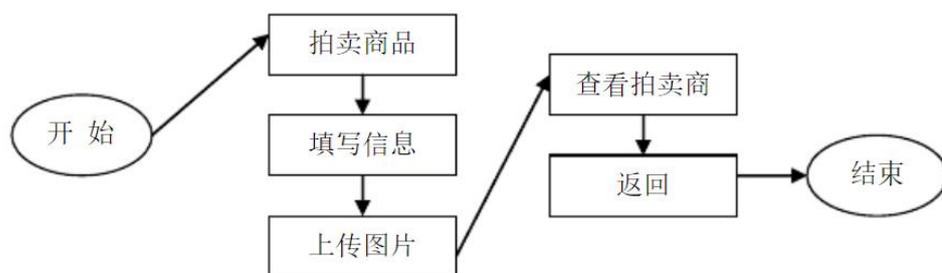
## (一) 实训步骤

### 1. 导入

分小组，各小组根据 C2C 电商模式相关知识点，进行 C2C 网站注册

### 2. 任务流程

- (1) 拍卖操作的技能，包括拍卖商品的信息发布
- (2) 查询拍卖进展
- (3) 回复竞拍方留言
- (4) 商品竞拍的操作技巧，包括选取欲购商品
- (5) 了解拍卖商品详细信息的拍卖情况
- (6) 进行集体议价等内容



## (二) 实训内容:

1) 在页面左侧进行会员登录，输入:××××，密码:123456，进入“登记拍卖

商品”页面。

2) 进入拍卖页面后，填入欲拍卖的商品的信息:

a) 名称:联想××××电脑，

b) 数量:1，

c) 物品所在地:学校所在胜负， d) 新旧情况:9 成新，

e) 拍卖的商品所属的一级目录:计算机与网络， 二级目录:整机 f) 拍卖价格:2000， 增加金额:20，

g) 商品描述:一台好用的电脑， 结束时间:系统默认时间。

3) 填写完信息后，点击确认按钮，然后按照提示上传商品的图片，如果没有

则点击“返回”。

4) 点击商品目录，查看发布的拍卖商品。

实验步骤（商品竞拍）(包括:复习项目操作内容安排更多训练..... )：

流程图（板书设计）

（三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 8：拍卖中心管理

### 一、实训目标

熟悉拍卖中心管理的常用操作；掌握会员管理的操作技能；熟悉拍卖管理的目录和商品管理流程；掌握商品管理的操作技能等。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1.熟悉拍卖中心的构成、特点和各栏目的功能；
- 2.掌握拍卖中心注册的步骤。

### 三、背景知识

#### （一）运营模式

1. 公司不参加拍卖过程，仅只提供交易平台。
2. 公司自己经营网上拍卖业务
3. 综合型

#### （二）拍卖类型

- 1、增价拍卖和减价拍卖：
- 2、强制拍卖和任意拍卖：
- 3、动产拍卖和不动产拍卖：
- 4、有底价拍卖和无底价拍卖：
- 5、投标式拍卖和非投标式拍卖：
- 6、一次性拍卖和再拍卖：
- 7、密封递价拍卖：

#### （三）竞价模式

正向竞价、逆向竞价、浮动价格

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

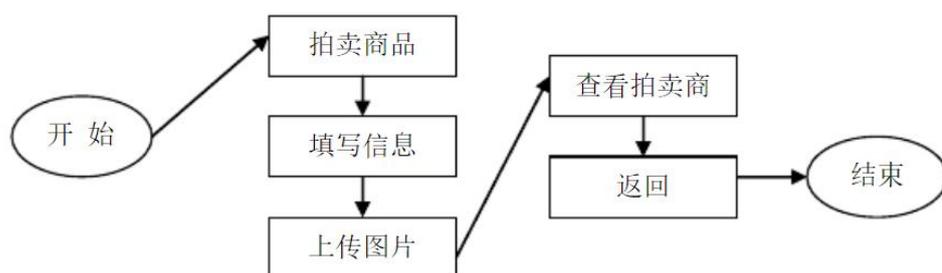
#### （一）实训步骤

- 1.导入

分小组，各小组根据 C2C 电商模式相关知识点，进行 C2C 网站注册

## 2.任务流程

- (1) 拍卖操作的技能，包括拍卖商品的信息发布
- (2) 查询拍卖进展
- (3) 回复竞拍方留言
- (4) 商品竞拍的操作技巧，包括选取欲购商品
- (5) 了解拍卖商品详细信息的拍卖情况
- (6) 进行集体议价等内容



### (二) 实训内容:

1) 在页面左侧进行会员登录，输入:××××，密码:123456，进入“登记拍卖

商品”页面。

2) 进入拍卖页面后，填入欲拍卖的商品的信息:

a) 名称:联想××××电脑，

b) 数量:1，

c) 物品所在地:学校所在胜负，d) 新旧情况:9 成新，

e) 拍卖的商品所属的一级目录:计算机与网络，二级目录:整机 f) 拍卖价格:2000，增加金额:20，

g) 商品描述:一台好用的电脑，结束时间:系统默认时间。

3) 填写完信息后，点击确认按钮，然后按照提示上传商品的图片，如果没有

则点击“返回”。

4) 点击商品目录，查看发布的拍卖商品。

实验步骤（商品竞拍）(包括:复习项目操作内容安排更多训练.....) :

流程图（板书设计）

（三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 9：网络市场调研

### 一、实训目标

了解网络市场调研的方法。

### 二、项目（实训）中的具体任务

撰写网络市场调研报告。

### 三、背景知识

#### 一、网络市场调研的含义

我们把基于互联网而系统地进行营销信息收集、整理、分析和研究的过程称为网络市场调研。

#### 二、网络市场调研的步骤

（一）明确问题与确定调研目标

（二）制定调查计划

资料来源、调查方法及手段、抽样方案和联系方法。

（三）收集信息

（四）分析信息

（五）提交报告

#### 三、网络市场调研的方法

（一）网上搜索法 （二）网站跟踪法

（三）加入邮件列表 （四）在线调查表 （五）电子邮件调查

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤

#### 1.导入

分小组，各小组根据网络市场调查相关知识点，确定市场调研方法，准备市场调查报告

#### 2.介绍知识点

（一）网络市场调查的含义

（二）网络市场调研的步骤

（三）网络市场调研的方法

#### 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，完成调研报告的撰写

#### 4.独立设计，个别指导

#### 5.作品展示

#### 6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

### （二）实训内容：

#### 1、熟悉市场调研的步骤

#### 2、学会完成网络市场调研

分小组，各小组根据网络市场调查相关知识点，确定市场调研方法，准备市场调查报告

（1）小组通过学习相关知识点，完成调研前的准备

（2）完成调研后，撰写调研报告

### （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核调研报告的撰写情况，从调研的开展准备、调研的过程、调研的结果及分析报告完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 10：网络调研策略与网络广告

### 一、实训目标

熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式

### 二、项目（实训）中的具体任务

学会运用网络营销方法为企业做产品或网站推广

### 三、背景知识

#### 一、网络营销策略

网络营销的产品策略由 3 部分组成：产品选择策略、销售服务策略和信息  
服务策略。

##### （一）网络营销产品策略

在网络营销中，产品的整体概念可分为五个层次，相应地有不同的网络营销策略。

（1）核心利益层次。（2）有形产品层次。（3）期望产品层次。（4）延伸产品层次。（5）潜在产品层次。

#### 二、网络营销价格策略

（一）竞争定价策略 （二）个性化定价策略

（三）自动调价、议价策略 （四）特有产品特殊价格策略

（五）捆绑销售策略 （六）众筹自定价策略

#### 三、网络营销渠道策略

（一）渠道的推式策略

（二）渠道的拉式策略

（三）渠道的线上线下融合策略

#### 四、网络营销促销策略

促销是指企业通过人工和非人工的方式与消费者进行沟通，从而引发、刺激消费者的消费欲望，使其产生购买行为的活动。网络促销策略一般有四种形式，即网络广告、站点推广、网络销售促进和网络公关。

（1）网络广告是指企业借助互联网平台发布企业的产品或服务信息，对企业及企业产品或服务进行宣传推广的一种营销方式。

（2）站点推广是指企业利用网络营销策略，扩大站点知名度，增加网站流量，从而起到宣传和推广企业、产品或服务的目的。站点推广策略也可以延伸到移动端的 App 推广。

(3) 网络销售促进是指企业为了促进在线产品或服务的销售，运用各种短期诱因（如限时折扣、赠送优惠券、抽奖、满减等活动），以吸引消费者购买产品或服务的促销方式。

(4) 网络公关是指企业借助互联网的交互功能吸引用户与企业保持密切关系，以树立企业的良好形象，培养客户忠诚度，从而促进产品或服务销售的一种活动。网络公关的主要工作内容有事件营销、口碑营销、网络新闻发布、危机公关等。

## 二、网络广告

### (一) 网络广告的发展

1994年10月27日，美国著名的Wired杂志推出了网络版Hotwired，其主页上有MCI等14个客户的横幅广告。这是广告史上里程碑式的事件，标志着网络广告的诞生。

我国的第一个商业性网络广告出现在1997年3月，传播网站是Chinabyte，该广告的表现形式为468像素×60像素的动画旗帜广告。英特尔和IBM公司是最早在国内互联网上投放广告的企业。我国的网络广告一直到1998年初才稍具规模。

艾瑞咨询中国网络广告核心数据显示，2018年中国网络广告市场规模达到4844亿元，同比增长29.2%；网络营销的发展重心进一步向移动端转移，移动端广告占比达76%，预计2021年将接近85%；阿里巴巴、百度和腾讯的广告营收位列前三。

### (二) 网络广告的形式

#### 1. 横幅广告

类 型	规格（像素 ×像素）
全幅旗帜 广告	468×60
半幅旗帜 广告	234×60
垂直旗帜 广告	120×240
宽型旗帜 广告	728×90
小型广告	88×31

条	
1号按钮	120×90
2号按钮	120×60
方形按钮	125×125

2. 文本链接广告；3. 视频广告；4. 搜索引擎广告；  
5. 信息流广告；6. 电子邮件广告；7. 插播式广告；8. 游动式广告；9. 社会化媒体网络广告；10. 手机网络广告

### （三）网络广告的收费方式

1. CPM (Cost Per Thousand Impressions, 每千人印象成本)
2. CPC (Cost Per Click; Cost Per Thousand Click-Through, 每点击成本)
3. CPA (Cost Per Action, 每行动成本)
4. CPS (Cost Per Sales)：以实际销售产品数量来换算广告刊登金额。
5. 竞价广告收费
6. 包时方式 (CPT)
7. 其他计价模式
  - (1) CPR (Cost Per Response, 每回应成本)
  - (2) CPP (Cost Per Purchase, 每购买成本)
  - (3) CPL (Cost Per Leads)：以搜集潜在客户名单多少来收费。
  - (4) PFP (Pay-For-Performance)：根据业绩付费。

## 四、实训工具与设备

电脑，相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤

#### 1. 导入

分小组，各小组根据网络广告相关知识点，分析老师展示的相关案例

#### 2. 介绍知识点

- (一) 网络营销策略
- (二) 网络营销价格策略
- (三) 网络营销渠道策略
- (四) 网络营销促销策略
- (五) 网络广告的形式
- (六) 网络广告的收费方式

### 3. 分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，完成案例分析

### 4. 独立设计，个别指导

### 5. 作品展示

6. 评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

## （二）实训内容：

### 1、熟悉广告的制作

### 2、学会分析案例

分小组，各小组根据网络广告相关知识点，分析老师展示的相关案例

（1）小组通过分析老师展示的相关案例，进行案例分析。

## （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析情况，从案例的分析过程、知识点的选择等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 11： 电子商务网站建设

### 一、实训目标

掌握网站建设的理论、设计的方法和设计过程，能使用网络编程语言和数据库技术进行简单的电子商务网站设计。

### 二、项目（实训）中的具体任务

以小组为单位，设计开发一个简易电子商务网站，具体主题和内容自选。要求网站主题突出，内容健康，信息丰富，网页设计简洁美观，色彩和谐，版面布局合理，栏目设置完整，模块功能多样化。

### 三、背景知识

天猫商城，淘宝网

### 四、实训工具与设备

计算机、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

(1) 学时 2 课时

(2) 实训步骤及内容

第一步：网站的规划与设计

在规划设计中需要对网站进行整体的分析，明确网站的建设目标，确定网站的访问对象，网站提供的内容与服务，网站的域名，logo，网站风格和网站目录分类等内容，这一步也是电商系统网站后台建设成功的前提，因为所有的建设步骤都是按规划设计进行实施的。

第二步：站点的建设

网站规划设计以后，就开始进入网站的建设阶段，电商系统网站后台建设这一阶段主要有域名注册，网站配置，网页制作和网站测试的四个部分。除了网站测试，需要在其他三项完成之后才能进行之外，域名注册，网站配置和网页制作相对独立，可以同时进行。

### 第三步：经营目标

经营目标是企业进行网络营销的目的所在，网络营销在运营过程中的“指南针”。一般情况下，一份网络营销计划书主要包括以下 3 个方面目标。

- 1、任务，即需要完成什么。
- 2、可量化的工作指标，即工作量是多少。
- 3、时间限制，即什么时候完成。

当然网络营销也属于营销的一种，企业利用因特网进行营销其目的无不是希望凭借因特网技术提高内部工作效率（如增加市场份额，增加销售收入或销售量，降低成本，完成品牌目标，改进供应链管理等）。

### 第四步：网络营销战略

接下来，营销人员按照“4P 营销理论”（4P 即产品、价格、渠道、促销四个因素）的内容和关系管理制定营销战略，以实现开发电子商务系统平台后台既定的目标，也就是关于产品、价格、促销和渠道的计划目标，此外，营销人员还要考虑产品定位，市场细分，市场差异化，客户关系管理等战略的制订。

### 第五步：做好网站建设的策划方案

企业建设商城网站，首先要进行的网站建设步骤就是要了解自己建设这个商城网站的目的是什么？正如你所说的那样，电子商务是互联网时代发展的大热门，有许多企业制作电商商城网站系统纯粹是盲目跟风行为，不提倡这样的行为。所以需要在事前做好商城网站建设的策划方案，方案内容包括网站定位、目标用户定位、网站风格设计和营销目标等众多内容。

### 第六步：做好商城网站内容的建设

企业商城网站建设不是随便把一些产品信息和图片发布到网站上就行的，要做好一个商城网站的经营也不是一件简单的事情。所以在建设商城网站是要重视其内容，做好网站的内容建设才可以增加网站的点击率并提升转化率。

### 第七步：商城网站的推广不可忽视

定制开发一个成功的商城网站，并不是制作出功能完整的网站就可以了的，在上线后，还需要对网站进行推广，只有推广了才能让更多的人知道并了解你的新网站。所以推广也属于商城网站建设工作的重要组成部分。

## 六、考核或评价标准

- 1、整个电子商务网站的功能是否完善（50分）
- 2、电子商务系统的网站流量（15分）
- 3、网站的电子商务指标（15分）
- 4、电子商务网站的客户价值指标（20分）

## 项目名称：实训 12： 物流与供应链管理

### 一、实训目标

要求学生在生产运营管理理论知识的基础上，对物流理论知识的具体化，加深对物流理论知识的理解，了解企业物流、物流企业实际运作环境、环节、程序、步骤和管理。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、能在淘宝网添加、修改地址库；
- 2、能进行运单、运费模板的设置；
- 3、能在淘宝网查看运费时效；
- 4、能在淘宝网追踪物流信息；
- 5、能了解供应链管理关键业务。

### 三、背景知识

淘宝网案例

### 四、实训工具与设备

计算机、手机

(1) 学时：2 课时

(2) 实训步骤及内容：

供应链管理覆盖了从供应商的供应商到客户的客户的全部过程，主要涉及供应、生产计划、物流和需求四个主要领域。供应链管理是以同步化、集成化生产计划为指导，以各种技术为支持，尤其是以上 Intertnet/Intranet 为依托，围绕供应、生产计划、物流、满足需求来实施的。供应链管理的目标在于提高用户服务水平和降低总的交易成本，并寻求两者之间的平衡。供应链管理主要有以下七大关键业务：

(1) 客户关系管理

顾客是供应链管理的核心和基本出发点。供应链管理的第一步就是识别对企业的经营是全关重要的那些关键客户，并与他们发展合作关系。

#### (2) 客户服务管理

客户服务管理一方面认为服务是获取客户信息的唯一来源，另一方面为顾客提供实时、在线的产品和信息，以支持客户对交货期和货物状态的查询

#### (3) 需求管理

一个好的需求管理系统是利用 POS 系统和关键客户数据来提高供应链的效率和减少不确定性，并平衡客户需求和企业供应能力

#### (4) 完成订单

要高效地完成客户订单，需将企业的制造、分销和运输计划综合在一起。

#### (5) 生产流程管理

供应链中的生产是“拉式”按需生产，企业要进行柔性生产以适应频繁的市场需求变化。生产流程管理的改进可以缩短生产周期，提高客户响应速度。

#### (6) 采购

采购即与供应商发展长期合作关系，以支持企业生产和新产品开发工作。

#### (7) 产品开发和商品化

一定要让顾客和供应商参与到新产品的开发过程中来，以便在更短的时间内，以更低的成本，开发出客户需要的成功产品。

供应链一体化管理的目的在于协调传统的各项职能，而传统的职能部门一般却倾向于保持自己的职能优势，这样的组织结构阻碍了供应链一体化的发展和成功。因此，供应链一体化管理的关键就在于完成一个转变，即从管理个别职能到把不同的活动整合成供应链关键业务过程的转变。

## 六、考核或评价标准

- 1、能进行运单、运费模板的设置；（50分）
- 2、能具体阐述供应链管理关键业务；（50分）

## 项目名称：实训项目 13：综合实训

### 一、实训目标

通过对网上店铺的管理，把所学的专业知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、熟悉不同网上商店的设计要求；
- 2、根据需要利用平台建立一个网上商店；
- 3、掌握网上商店的管理内容；
- 4、掌握网上商店的管理技巧。

### 三、背景知识

韩都衣舍案例

### 四、实训工具与设备

计算机、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

- (1) 学时：2 课时
- (2) 实训步骤及内容：

#### 一、开店前期准备

开店前期准备主要是指对市场的分析，选择和确定合适自己用于网上销售的商品，并找好合适的供应商和物流公司。选择和确定合适自己用于网上销售的商品是网上开店的基本前提。同时，还需要提前准备在网上购物平台开店要求的相应资料。

#### 二、选择开店平台

不同类型的平台，对入驻商家的要求也不相同，此外，根据开店用户的实际情况，也面临自主创建网店和使用自助网店开店的选择。一般来说，淘宝网、易趣网等网络交易服务平台对成本、资质等要求较低，基本属于全名可选模式，只需要使用有效证件进行注册和申请既可以用有自己的店铺，而天猫商城、京东商城等B2C网站，则对商家入驻要求较高，普通个体户不能申请。

### 三、开设店铺并完成装修

申请成功后，即可开始店铺的装修和管理。装修和管理店铺是个繁琐的过程，包括内容非常多，如店铺名称设置、店铺招牌设置、图片管理、商品分类、商品导航、岗位管理、物流管理等，其中店铺名称的确定和商品类目的选择是该阶段比较重要的工作之一，好的名字可以给消费者留下好印象

### 四、进货

对于进货这一阶段而言，低价进货、控制成本非常重要，而要做好这一点，就要选择好的进货渠道，并与供应商建立好良好的合作关系。

网上商品的进货渠道很多，阿里巴巴等很多批发网站都是商品提供服务。此外，也可选择线下实体批发市场进货，或选择厂家直接进货等。

### 五、商品拍照

由于消费者无法直接接触和检查网上商店中的商品，因此通常顾虑较多，为了一定程度地打消这种顾虑，商家需要向其展示商品的实拍图片。网上商店中商品的实拍图一般要求好看，但好看的前提保证是图片不失真，否则容易产生极大的售后问题。

### 六、上传商品

上传商品是指把商品的名称、产地、所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写到网站中。上传商品的过程也比较繁琐，如上传主图，选择二级类目、设置商品名称、设置商品属性、上传商品详情页、设置价格等。

该阶段的商品名称非常重要，关乎店铺的流量，要提前进行分析和确定，商品的主图和详情页也要在 Photoshop 中进行制作。此外，商品的价格设置也是商品成功与否的重要因素之一。

## 七、店铺营销与推广

店铺开设初期，人气会比较低，此时就需要适当地进行营销推广。网上商店营销和推广的方式与实体店不一样，网上商店的推广主要是通过网络渠道进行的，例如通过淘宝网自身推广平台进行推广，或通过其他自媒体平台推广。

## 八、商品售中服务

通过网上商店进行消费的消费，在消费过程中会与卖家进行一些必要的沟通，比如提出某些问题或要求，此时需要卖家能快速、妥善、及时地回复消费者并处理相关问题。需要注意的是，很多平台对消费者信息的保密要求非常严格，卖家严禁向第三人透露买家的相关信息，否则将给予处罚。

## 九、发货

消费者确认购买后，卖家要在自己设定的时间内寄出货物，包括通过快递公司揽件、填写订单号以及更新订单信息等。发货快慢也是消费者在网上购物时非常关心的问题，因此卖家应尽快发货，选择正规的快递公司，保证商品寄送的速度和质量。

## 十、处理评价和投诉

店铺信用是网上商店非常重要且直观的一个评价因素，在完成交易之后，淘宝网买卖双方都需对对方做出评价。淘宝网中买家对卖家的评价是可以更改的，如果遇到买家差评或投诉，需尽快联系买家解决问题。如果遇到恶意投诉，卖家也须向网站投诉，以减少损失。

## 十一、售后服务

售后服务也是商品价值的一种体现，好的售后服务不仅可以为商品增值，还能扩大商品影响力。售后服务包括技术支持、退换货服务等，好的售后服务可以留住更多的回头客，会直接影响商品销量。

## 六、考核或评价标准

- 1、能够通过该平台注册并开设自己的网店；（20分）
- 2、对店铺进行基本的装修设置，发布待售商品、对商品进行分类管理（30分）
- 3、对商品进行在线销售，熟悉在网上进行销售商品的流程，有效对网店进行管理（50分）。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	电子商务实务
制    定    人:	郑敏榕、曾航娣、刘洁芳 顾金微、王柳婷、戴鹏慧
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	13
实训总学时:	26
教研室审批:	高进锋
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一、认识电子商务 .....	错误! 未定义书签。
项目二、网络零售实训 .....	8
项目三、新零售 .....	13
项目四、B2B 电子商务实训 .....	17
项目五、跨境电商实训 .....	21
项目六、C2C 会员注册 .....	25
项目七、商品拍卖 .....	27
项目八、拍卖中心管理 .....	30
项目九、网络市场调研 .....	33
项目十、网络调研策略与网络广告 .....	35
项目十一、电子商务网站建设 .....	39
项目十二、物流与供应链管理 .....	42
项目十三、综合实训 .....	44

## 项目名称： 认识电子商务

### 一、实训目标

能够清晰地描述电子商务在某一行业中的应用情况。

### 二、项目（实训）中的具体任务

举例描述电子商务的分类及应用情况。了解电子商务的产生和发展阶段，及其对社会经济和企业的影响

### 三、背景知识

#### 一、电子商务产生和发展的条件

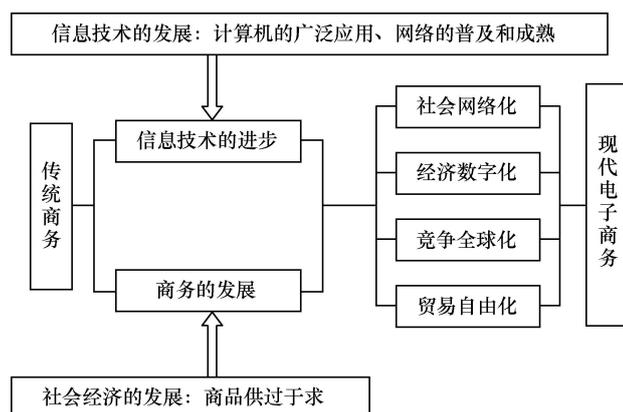
##### （一）电子商务产生和发展的条件

##### 1. 信息技术的发展

- （1）计算机的广泛应用。
- （2）网络的普及和成熟。

##### 2. 社会经济的发展

随着社会经济的发展，大多数商品出现了供应远远大于需求的现象。这时急需一种新的商务模式来提高企业的竞争力，电子商务即扮演了这种角色。电子商务是人类社会经济发展的必然趋势。



##### （二）电子商务的发展阶段

电子商务的发展根据其使用的网络不同，可分为四个阶段：基于电子数据交换的电子商务、基于互联网的电子商务、基于 3G 与 4G 的移动电子商务（移动电商）、基于新兴技术的智慧电子商务。

1. 基于 EDI 的电子商务
2. 基于互联网的电子商务
3. 基于基于 3G、4G、5G 的移动电子商务
4. 基于新兴技术的智慧电子商务

## 二、在线教育

在线教育（e-Learning），也称远程教育、网络教育，即为了教育、培训和知识管理而进行的在线信息传递。教与学可以不受时间、空间和地点等条件的限制，知识获取渠道灵活多样。

在线教育一般可分为以下几种类型。

1. B2C 在线教育模式
2. C2C 在线教育模式
3. O2O 在线教育模式
4. B2B 在线教育模式

## 三、互联网医疗

科技革新与消费需求升级是商业世界得以重塑的最重要的两大推动力，在医疗健康服务领域也是如此。在这两大推动力下，现今的医疗健康服务领域诞生了许多创新的商业模式。

### （一）互联网医疗分类

互联网医疗电子商务（互联网医疗）主要指面向 C 端（消费者端，Consumer）的医疗健康互联网产品。互联网医疗按类别可以划分为以下几种类型。

- （1）围绕“疾病”来提供健康服务。
- （2）围绕“药品”来提供健康服务。
- （3）围绕“内容”来提供健康服务。

互联网医疗还可以按病患就诊阶段划分为诊前、诊中和诊后三个阶段。

### （二）在线问诊的模式

在线问诊是互联网医疗服务的主要形式。目前在线问诊的主要方式有轻问诊模式、视频问诊模式和导医导药模式等。医生的响应时间根据不同形式也各有差异，从 15 分钟到 24 小时不等。

1. 轻问诊模式

2. 视频问诊模式

3. 导医导药模式

#### 四、在线旅游

在线旅游电子商务（在线旅游）是通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供旅游相关信息、产品和服务。在线旅游包括在线机票/火车票预订、在线住宿预订、在线度假预订和其他旅游产品及服务（如商旅、保险、Wi-Fi 等）。

##### （一）在线旅游的分类

###### 1. 按照交易类型划分

按照交易类型划分，在线旅游可以划分为 B2B 交易模式、B2C 交易模式和 C2B 交易模式。

###### 2. 按经营模式的不同划分

按经营模式的不同，在线旅游可分为主要有自营、代理、零售、动态打包四种类型。

（1）自营是产品自主研发、资源直采，产品从生产到服务都是由自己来做，如途牛的海外直采，携程自营都是这种做法。

（2）代理是供应商提供产品给在线旅行社（Online Travel Agency, OTA），在线旅行社来帮助运营，双方以成本加价模式合作，订单的咨询、售前售后的服务由在线旅行社完成。

（3）零售是伴随在线旅行社规模扩大衍生出的一种类似“淘宝”的模式，需要有一定的流量规模，在线旅行社只提供流量入口。

（4）动态打包模式适用于自由行。

##### （二）在线旅游的发展趋势

（1）智能化、主题化。（2）增多细分品类。（3）获取流量多元化

#### 五、电子商务涉及的法律问题

电子商务涉及的法律问题主要有电子合同问题、知识产权问题、个人隐私问题和管辖权问题等。实际上，电子商务涉及的法律问题不止这些，这些只是最突

出的和最主要的。（1）电子合同问题。（2）知识产权问题。（3）个人隐私问题。（4）管辖权问题。

## 六、电子商务法律及相关政策

### （一）已出台的电子商务法律及相关政策

1. 电子合同具有法律效力
2. 电子签名制度
3. 域名法律保护
4. 电子商务法

《中华人民共和国电子商务法》（《电子商务法》）自2019年1月1日起施行，这是中国第一部电子商务领域的综合性法律。《电子商务法》是一部调整消费者、平台、入驻经营者利益法律关系的民事立法。

### （二）电子商务法主要解决的问题

对于电子商务发展过程中出现的主要问题或矛盾，《电子商务法》作出了相应的规定。

1. 电子商务经营者应依法办理市场主体登记

《电子商务法》规定，电子商务经营者应依法办理市场主体登记。个人网店经营者、微商、代购等属于电子商务经营者，应依法办理市场主体登记，受《电子商务法》的约束。

但是，个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动无须进行登记。

2. 商家销售的商品有问题，平台承担连带责任
3. 明确商家承担运输责任和风险
4. 网络搭售商品不得设置为默认
5. 消费者付款成功后，经营者不得随意毁约
6. 评价应真实，“刷好评”、擅自“删差评”将被严惩
7. 破解“押金”难退，退款方式将被明确

## 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

## （一）实训步骤

### 1.导入

分小组，各小组根据电子商务相关知识点，通过案例分析，了解电子商务的分类及应用情况

### 2.介绍知识点

（一）传统商务与电子商务的比较

（二）电子商务产生和发展的条件

（三）电子商务的系统组成

（四）电子商务法律及相关政策

### 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解电子商务的分类及应用情况

### 4.独立设计，个别指导

### 5.作品展示

### 6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

（二）实训内容：

1、能够清晰地描述电子商务在某一行业中的应用情况。

分小组，各小组根据网络零售的相关知识点，完成学习

（1）小组通过学习相关知识点，举例描述电子商务的分类及应用情况。

（2）了解电子商务的产生和发展阶段，及其对社会经济和企业的影响

（三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：项目 2：网络零售实训

### 一、实训目标

能够熟练地在淘宝网上开设和运营自己的店铺，并将拍卖的相关知识应用于淘宝店铺的运营中。

### 二、项目（实训）中的具体任务

能熟练进行网上购物，学会网上支付。能够举例分析不同 B2C 网站的经营模式。

### 三、背景知识

#### （一）B2C 后台管理流程和 B2C 网上购物流程

##### 1. B2C 网上购物流程

客户注册会员→商品搜索选购→下订单（放进购物车）→收银台→选择送货方式→在线支付或汇款→购物完成→订单查询→等待收货。

##### 2. B2C 后台管理流程

（1）网上客户下订单→订单受理→查询商品库存。

（2）库存有货→生成销售单。

库存无货→采购→生成采购单→确认入库→生成销售单。

（3）确认出库→发货确认→结算。

（4）库存综合查询。

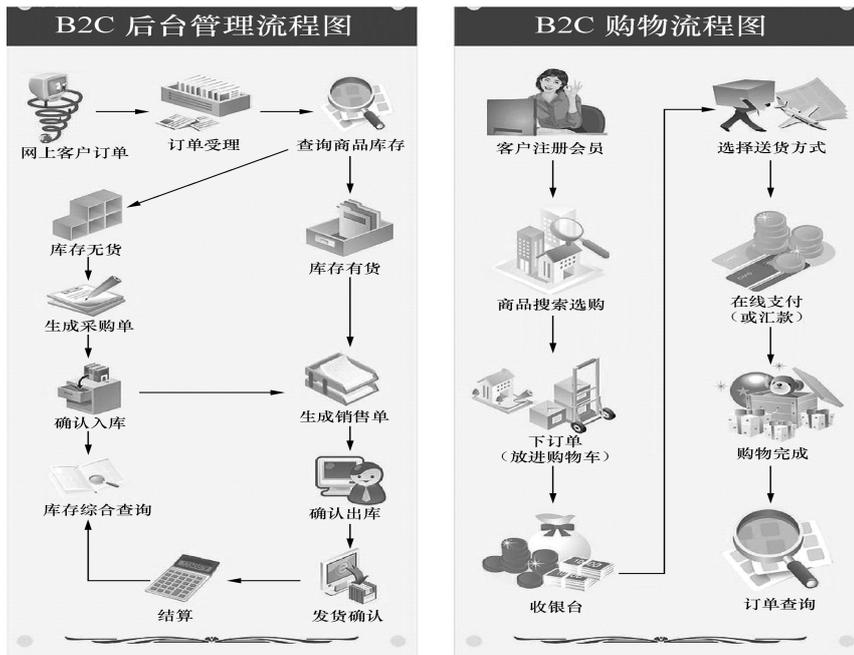


图 B2C 后台管理流程和 B2C 的购物流程

### 3. B2C 网站的后台管理功能

- (1) 会员管理
- (2) 产品管理
- (3) 价格管理
- (4) 订单管理
- (5) 销售统计分析
- (6) 网站统计分析
- (7) 站点管理
- (8) 其他管理

其他管理包括物流进程监控管理、网站的内容管理、网站的功能管理和服务管理等。

### (二) B2C 电子商务网站的主要赢利模式

- 1、网络广告收益模式
- 2、产品销售销售营业收入

3、出租虚拟店铺和提供服务收费模式

4、网站的间接收益模式

(三) C2C 网上交易及开店的流程

C2C 购买过程:

1. 会员注册
2. 浏览搜索商品
3. 联络卖家
4. 出价和付款
5. 收货和评价

C2C 网上开店流程:

1. 会员注册
2. 开通 C2C 平台的支付工具
3. 实名认证
4. 发布商品, 开设店铺
5. 联络买家
6. 发货和评价

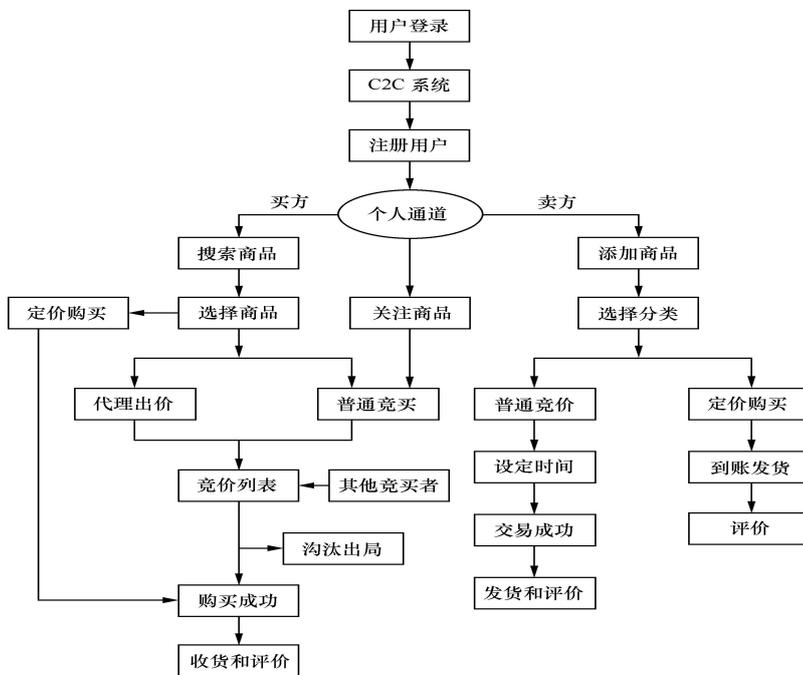


图 C2C 购买和拍卖流程

#### （四）货源的选择

##### 1. 淘宝网官方平台

###### （1）阿里巴巴。

淘宝卖家可以利用阿里巴巴的货源做代理，也可以通过阿里巴巴网上进货，然后在自己的店铺中上架销售。

###### （2）天猫供销平台。

##### 2. 产业带工厂

##### 3. 线下批发市场

##### 4. 当地特色产品

#### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

#### 五、实训步骤、内容及学时

##### （一）实训步骤

###### 1. 导入

分小组，各小组根据网络零售相关知识点，通过案例分析，了解不同 B2C 网站的经营模式。

###### 2. 介绍知识点

###### （一）B2C 后台管理流程和 B2C 网上购物流程

###### （二）B2C 电子商务网站的主要赢利模式

###### （三）拍卖平台运作模式

###### （四）C2C 店铺平台运作模式

###### 3. 分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解不同 B2C 网站的经营模式。

###### 4. 独立设计，个别指导

###### 5. 作品展示

###### 6. 评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

##### （二）实训内容：

###### 1、能够熟练地在淘宝网上开设和运营自己的店铺，并将拍卖的相关知识应

用于淘宝店铺的运营中。

分小组，各小组根据网络零售的相关知识点，完成学习

(1) 小组通过学习相关知识点，熟练进行网上购物，学会网上支付。

(2) 能够举例分析不同 B2C 网站的经营模式。

(三) 学时：2 学时

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面  
进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：项目 3：新零售

### 一、实训目标

能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势。

### 二、项目（实训）中的具体任务

能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式。

### 三、背景知识

#### （一）“互联网+”环境下传统实体企业的变革

##### 1. 传统实体企业向互联网转型的常见模式

- (1) 在第三方购物平台上开网店
- (2) 利用传统连锁店的品牌优势建立独立网购平台
- (3) 借助自媒体做移动电商
- (4) 利用手机应用程序做移动电商
- (5) 自有品牌商组建虚拟渠道

##### 2. 传统实体企业转型新零售的典型代表之一——永辉超市的“超级物种”

##### 3. 传统实体企业转型新零售的典型代表之二——大润发优鲜

##### 4. 传统实体企业转型新零售的典型代表之三——银泰百货

#### （二）线上企业布局线下实体店

##### 1. 无人门店：亚马逊和阿里巴巴开启新零售的样本

##### 2. 多品类经营：小米之家

##### 3. 软件硬件化：三只松鼠投食店

#### （三）线上线下一体化

##### 1. O2O 基本模式

O2O (Online to Offline) 模式为线上线下一体化的主要模式。

##### （1）导流类 O2O 模式

导流类 O2O 模式的核心是流量引导。这也是目前企业 O2O 模式中最主流的模式。导流类 O2O 模式是指以门店为核心，O2O 主要用来为线下门店导流，提高线下门店的销量。使用该模式的企业旨在利用 O2O 平台吸引更多的新客户到门店消费，建立一套线上和线下的会员互动互通机制。

- 1) 利用地图导航来导流
- 2) 利用手机应用程序入口来导流。

### (2) 体验类 O2O 模式

体验类 O2O 模式的核心是消费者对服务的体验和生活方式的便利。该模式是指网上寻找消费品，然后到现实的商店中体验和消费，是最典型的 O2O 模式。

### (3) 整合类 O2O 模式

整合类 O2O 模式的核心是全渠道的业务整合，即线上、线下全渠道的业务整合。

- 1) 先线上后线下。
- 2) 先线下后线上。

## 2. 新零售与 O2O

O2O 是线上线下两种渠道的融合，是新零售的必要条件之一，新零售是 O2O 模式的进化。新零售不只是两种渠道的融合，而是全渠道融通，实现商品、会员、交易、营销等数据的共融互通，为顾客提供跨渠道、无缝式体验。通常把新零售的全渠道融通总结为“六通”，即商品通、会员通、服务通、数据通、分销通、区域通。

表 新零售的三通

三通	分 类	作 用
商品通	价格打通	同款同价
	库存打通	库存无缝打通，支持线上下单、线下提货
	促销打通	终端可调拨发货
会员通	账号通用	方便线上线下采集数据
	积分通用	以利益捆绑客户
	行为记录	方便数据挖掘和精准营销
服务通	售前服务	门店与线上导购融合
	售中服务	锁定消费者，方便社群服务
	售后服务	退换货服务，线上线下皆可办理

### 1) 商品通、会员通、服务通

“商品通”“会员通”“服务通”是阿里总结的新零售的“三通”。

### 2) 数据通、分销通、区域通

“数据通”不仅依赖于系统内数据中心、会员数据管理等技术模块的落地实现，更加依赖于线下实体店的场景对接、活动核销对接和用户数据同步等。

“分销通”既让用户有产品消费的愉悦感，又可以获得一定的积分奖励或佣金收益，其让用户乐于去传播，也乐于去分销。

“区域通”就是要立足于区域服务，强化区域的扶植，精耕区域以挖掘服务互通、终端互连等价值。

表 新零售的数据通、分销通、区域通

	核 心 内 容	作 用
数 据 通	系统内数据打通	方便数据的应用
	会员数据打通	方便会员管理
	线下实体店数据打通	场景对接、活动核销对接和用户数据同步
分 销 通	用户是消费者	产品消费的愉悦感
	用户是分享者、分销者	意见领袖、分享达人等群体通过分销获得一定的佣金
区 域 通	区域深度服务、区域的互联互通	发挥口碑效应，让分销商拥有自己的社群影响力
	终端互连	让各区域终端能相互配合创造更多场景价值

#### （四）新零售未来的发展方向

1. 更加以消费者为中心
2. 流量零售
3. 社交与社群零售
4. 智能化零售、无人零售
5. 用户定位更精准
6. 数据争夺更激烈

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### （一）实训步骤

##### 1. 导入

分小组，各小组根据新零售相关知识点，通过案例分析，了解新零售的商业模式

##### 2. 介绍知识点

（一）“互联网+”环境下传统实体企业的变革

（二）线上企业布局线下实体店

（三）线上线下一体化

（四）新零售未来的发展方向

##### 3. 分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解新零售的发展方向，寻找新零售企业的发展模式

##### 4. 独立设计，个别指导

##### 5. 作品展示

##### 6. 评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

#### （二）实训内容：

##### 1、搜索新零售的商业模式类型

## 2、探索新零售发展方向

分小组，各小组根据新零售的相关知识点，完成学习

(1) 小组通过学习相关知识点，搜索新零售的商业模式类型

(2) 了解新零售企业的运营模式，探索新零售发展方向

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 4：B2B 电子商务实训

### 一、实训目标

掌握基于中介网站的 B2B 电子商务交易和 B2B 的交易过程。

### 二、项目（实训）中的具体任务

学会在中介网站上进行交易。

### 三、背景知识

#### （一）B2B 电子商务的发展阶段

B2B 电子商务的发展可以分为信息服务阶段、交易服务阶段和产业链综合服务阶段等三个阶段。

#### （二）B2B 电子商务的发展趋势

1. 供应链一体化
2. 构建完善的 B2B 电商生态圈
3. 行业垂直细分越加服务化
4. 根据地方特色产业链集群构建的 B2B 电商模式

#### （三）基于中介网站 B2B 交易概述

基于第三方中介网站的 B2B 交易是指由第三方提供一个称为 B2B 交易市场的电子商务交易服务平台，交易双方只要注册成为该网站会员，就可以借助该平台进行交易，平台的提供者并不参与交易，而是发挥中介服务作用。

电子交易市场的主要功能有以下几种：

1. 提供供求信息服务
2. 提供附加信息服务
3. 提供电子目录管理服务
4. 提供与交易配套的服务
5. 提供客户关系管理功能
6. 提供定价机制服务
7. 提供供应链管理服务

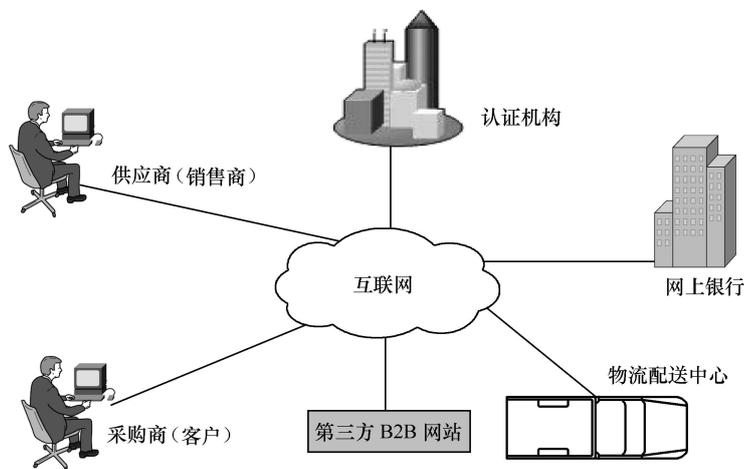
#### （四）基于中介网站 B2B 交易的机制

##### （一）基于第三方中介网站 B2B 交易的参与主体

基于第三方中介网站的 B2B 交易中，参与主体主要包括认证机构、采购商、供应商、第三方 B2B 中介网站、物流配送中心、网上银行等。

##### （二）基于第三方中介网站 B2B 交易的基本流程

- （1）第三方电子商务网站构建交易平台
- （2）交易双方分别申领、下载与安装 CA 证书。
- （3）交易双方在第三方交易平台进行会员注册。
- （4）审核通过交易双方的会员注册申请。
- （5）交易双方通过第三方交易平台发布各自的供求信息。
- （6）在交易平台提供大量详细的交易数据和市场信息。
- （7）选择自己的贸易伙伴，进行商务谈判，最终签订交易合同。
- （8）交易双方在第三方交易平台指定的银行办理收付款手续。
- （9）物流配送部门将卖方货物送交买方。
- （10）交易双方对对方信用作出评价，如有问题可通过平台进行投诉。



#### （五）B2B 电子商务中介网站的类型

按照 B2B 电子商务中介网站面向的行业范围，可以将 B2B 电子商务中介网站进一步划分为垂直 B2B 电商平台和水平 B2B 电商平台两种。

##### 1. 垂直 B2B 电商平台

垂直 B2B 电商平台也称行业性 B2B 电商网站，如中国化工网、全球纺织网和全球五金网等。此类网站的优点是容易将一个行业做深、做透，有着较强的专业

性，其缺点是受众过窄，难以形成规模效应。

垂直 B2B 电商平台又分为以下四种类型。

- (1) 以提供供求信息服务为主的行业 B2B 模式。
- (2) 以行业资讯服务为主的行业 B2B 模式。
- (3) 以招商加盟服务为主的行业 B2B 模式。
- (4) 以在线交易服务为主的行业 B2B 模式。

## 2. 水平 B2B 电商平台

水平 B2B 电商平台也称为综合类 B2B 电商网站。之所以用“水平”这一概念，主要是因为这类平台覆盖的行业范围很广，很多行业都可以在平台上开展商务活动。

水平 B2B 电商平台又可分为以下几种类型。

- (1) 以外贸服务为主的综合 B2B 模式。
- (2) 以内贸服务为主的综合 B2B 模式。
- (3) 以“行业门户+联盟”为主的综合 B2B 模式。
- (4) 以交易服务为主的综合 B2B 模式。

水平 B2B 电商平台和垂直 B2B 电商平台的比较

类 型	特 点	优 点	缺 点
水平 B2B 电商平台	为交易双方创建一个信息和交易的平台，涵盖不同行业和领域，服务于不同行业的从业者	追求的是“全”，能够获利的机会很多，潜在用户群较大，能够迅速地获得收益	用户群不稳定，被模仿的风险大
垂直 B2B 电商平台	将交易双方集合在一个市场中进行交易，网站的专业性很强，面向某一特定的专业领域，如信息技术、农业、化工、钢铁等。它将特定产业的上下游厂商聚集在一起，让各层次的厂商都能很容易地找到原料供应商或买主	专业性很强，容易吸引针对性较强的用户，并易于建立起忠实用户群，吸引固定的回头客	短期内不能迅速获益，很难转向多元化经营或向其他领域渗透

## 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### (一) 实训步骤

## 1.导入

分小组，各小组根据 B2B 相关知识点，对比不同的 B2B 平台的区别

## 2.介绍知识点

- (一) 电子交易市场的主要功能
- (二) 基于中介网站 B2B 交易的机制
- (三) B2B 电子商务中介网站的类型

## 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解阿里巴巴的运营模式，会在阿里巴巴网站上发布产品信息。

## 4.独立设计，个别指导

## 5.作品展示

6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

### (二) 实训内容：

- 1、电子交易市场的主要功能
- 2、基于中介网站 B2B 交易的机制
- 3、B2B 电子商务中介网站的类型

分小组，各小组根据 B2B 的相关知识点，完成学习

(1) 小组通过学习相关知识点，对比不同 B2B 平台的运营、物流等方面的区别

(2) 了解阿里巴巴的运营模式，会在阿里巴巴网站上发布产品信息。

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、任务完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 5：跨境电商实训

### 一、实训目标

了解跨境电商的主要平台

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 学会选择跨境物流方式和支付方式。
2. 学会跨境电商平台的注册流程。

### 三、背景知识

#### 一、跨境物流

跨境物流是跨境电商的重要组成部分，是跨境电商运营的关键。从事跨境电商的卖家越来越多，每当有订单时，卖家第一个要考虑的问题就是怎么把货发到境外去。

##### （一）跨境电商物流渠道的选择

1. 根据实际需求选择
2. 了解各种物流方式的特点以及所能提供的服务
3. 多方对比，选择最合适的物流方式

##### （二）跨境物流的主要模式

跨境物流的主要模式有邮政包裹模式、国际快递模式、国内快递模式、专线物流模式和海外仓储模式等。

##### 1. 邮政包裹模式

邮政网络基本覆盖全球，比其他任何物流渠道都要广泛。这主要得益于万国邮政联盟和卡哈拉邮政组织（KPG）。

##### 2. 国际快递模式

国际快递模式主要是指借助四大国际商业快递巨头，即敦豪航空货运公司（DHL）、TNT 快递、美国联邦快递（FedEx）和联合包裹速递服务公司（UPS）的国际快递业务邮寄商品。

##### 3. 国内快递模式

国内快递主要是指全球邮政特快专递（EMS）、顺丰和“四通一达”等国内快递企业的跨境物流业务。

#### 4. 专线物流模式

跨境专线物流一般先通过航空包舱方式将快件运输到境外，再通过合作公司派送到目的地。

#### 5. 海外仓储模式

海外仓储服务是指由网络外贸交易平台、物流服务商独立或共同为卖家在销售目的地提供的商品仓储、分拣、包装和派送的一站式控制与管理服务。

#### (三) 跨境电商物流中的通关与报关

通关是出口跨境电商物流中必不可少的一个环节，商品通过海关查验并放行后，才能顺利进入目的国，再通过物流送达买家手中。

跨境电商企业可以通过通关服务平台实现通关一次申报，同时海关、税务、检验检疫、外汇、市场监管等部门也可通过通关服务平台获得跨境电商的商品信息，并对商品交易实现全流程监管。

跨境电商零售进口商品申报前，电商企业或电子商务交易平台企业、支付企业、物流企业应当分别通过跨境电商通关服务平台如实向海关传输交易、支付、物流等电子信息。一般来说，跨境电商出口报关需要经过六个步骤。

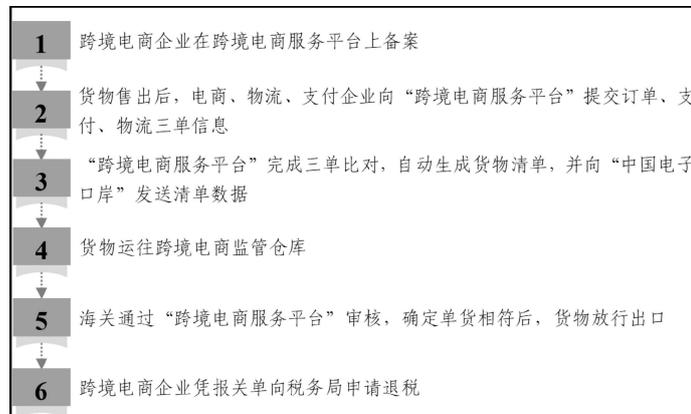


图 跨境电商出口报关基本流程

大体来说，跨境电商企业进出境货物报关需做以下三项工作。

- (1) 申报。
- (2) 查验。
- (3) 放行。

#### 二、跨境支付

跨境支付（Cross-border Payment）是指两个或者两个以上国家或者地区之间因国际贸易、国际投资及其他方面所发生的国际债权债务，借助一定的结算工

具和支付系统实现资金跨国和跨地区转移的行为。

跨境支付也是跨境电商经营活动的主要环节。在跨境电商领域，银行转账、信用卡支付和第三方支付等多种支付方式并存。电子商务的发展带动了第三方支付的快速发展，在人们切身感受到商品贸易全球化带来便利的同时，对于跨境支付的需求也日益增多。

## 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤

#### 1.导入

分小组，各小组根据跨境电商相关知识点，进行不同跨境电子商务平台的分析

#### 2.介绍知识点

（一）跨境物流的主要模式

（二）跨境电商物流中的通关与报关

（三）跨境支付

（四）典型的跨境电商平台有全球速卖通（AliExpress）、亚马逊（Amazon）、易贝（ebay）、Wish、敦煌网（DHgate）等。

#### 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，了解不同跨境电商平台的区别与运营

#### 4.独立设计，个别指导

#### 5.作品展示

#### 6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

（二）实训内容：

1、了解跨境物流的模式

2、了解跨境物流支付

### 3、对比不同的跨境电商平台

分小组，各小组根据跨境电商的相关知识点，完成跨境电商平台的学习

(1) 小组通过学习相关知识点，对比跨境电商平台的运营、物流等方面的区别

(2) 完成相关报告

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 6：C2C 会员注册

### 一、实训目标

熟练掌握拍卖的全过程，熟悉前台会员注册、客户投诉、新手上路、服务中心、新品上架、每日一拍、商品推荐、竞拍热点、特色拍卖等项目；熟悉后台登录日志、会员管理、群组设置、拍卖目录设置、拍卖商品管理等项目。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1.熟悉拍卖中心的构成、特点和各栏目的功能；
- 2.掌握拍卖中心注册的步骤。

### 三、背景知识

#### （一）运营模式

C2C(英文:Consumer to Consumer)实际是电子商务的专业用语，是个人与个人之间的电子商务。c2c 即消费者间。C2C 领域现已形成了四足鼎立之势：淘宝、易趣、拍拍、有啊。

#### （二）四大标准

- 1.WebsiteAesthetics 网页审美
- 2.Usability 可用性
- 3.Content 内容为王
4. SEO 搜索引擎优化

#### （三）盈利方式

1. 会员费
2. 交易提成
3. 广告费
4. 索排名竞价
5. 支付环节收费

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

## (一) 实训步骤

### 1. 导入

分小组，各小组根据 C2C 电商模式相关知识点，进行 C2C 网站注册

### 2. 任务流程



1) 点击进入网上交易—》C2C—》前台

2) 点击页面上方的的导航栏里“会员注册”，分别注册如下两个会员：

序号	项目	内容 1	内容 2
1.	会员名	××××	××××1
2.	密码	123456	123456
3.	所属地区	学校所在地	学校所在地
4.	联系人	学生真实姓名	学生真实姓名+1
5.	送货地址	学生寝室所在地	学生寝室所在地
6.	邮编	学校所在地邮编	学校所在地邮编
7.	电话号码	学生寝室电话	学生寝室电话
8.	电子邮件地址	××××@ecp.net	××××@ecp.net

## (二) 实训内容：

- 1、了解 C2C 电商模式
- 2、注册 C2C 网站
- 3、对比不同 C2C 电商平台

分小组，各小组根据跨境电商的相关知识点，完成跨境电商平台的学习

(1) 小组通过学习相关知识点，对比跨境电商平台的运营、物流等方面的区别

(2) 完成相关报告

## (三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

- 1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）
- 2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训7：商品拍卖

### 一、实训目标

熟练掌握拍卖的全过程，熟悉前台会员注册、客户投诉、新手上路、服务中心、新品上架、每日一拍、商品推荐、竞拍热点、特色拍卖等项目；熟悉后台登录日志、会员管理、群组设置、拍卖目录设置、拍卖商品管理等项目。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1.熟悉拍卖中心的构成、特点和各栏目的功能；
- 2.掌握拍卖中心注册的步骤。

### 三、背景知识

#### （一）运营模式

C2C(英文:Consumer to Consumer)实际是电子商务的专业用语，是个人与个人之间的电子商务。c2c即消费者间。C2C领域现已形成了四足鼎立之势：淘宝、易趣、拍拍、有啊。

#### （二）四大标准

- 1.WebsiteAesthetics 网页审美
- 2.Usability 可用性
- 3.Content 内容为王
4. SEO 搜索引擎优化

#### （三）盈利方式

1. 会员费
2. 交易提成
3. 广告费
4. 索排名竞价
5. 支付环节收费

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

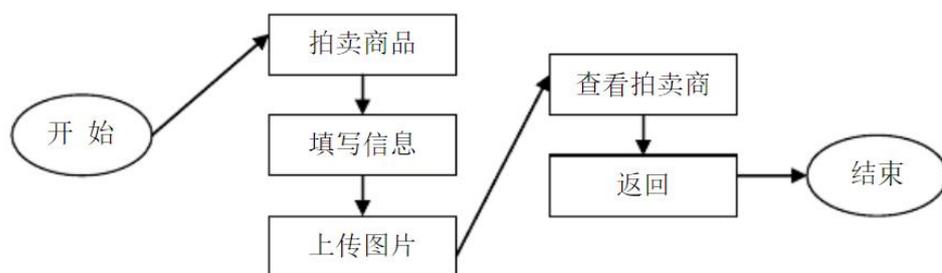
## (一) 实训步骤

### 1. 导入

分小组，各小组根据 C2C 电商模式相关知识点，进行 C2C 网站注册

### 2. 任务流程

- (1) 拍卖操作的技能，包括拍卖商品的信息发布
- (2) 查询拍卖进展
- (3) 回复竞拍方留言
- (4) 商品竞拍的操作技巧，包括选取欲购商品
- (5) 了解拍卖商品详细信息的拍卖情况
- (6) 进行集体议价等内容



## (二) 实训内容:

1) 在页面左侧进行会员登录，输入:××××，密码:123456，进入“登记拍卖

商品”页面。

2) 进入拍卖页面后，填入欲拍卖的商品的信息:

a) 名称:联想××××电脑，

b) 数量:1，

c) 物品所在地:学校所在胜负， d) 新旧情况:9 成新，

e) 拍卖的商品所属的一级目录:计算机与网络，二级目录:整机 f) 拍卖价格:2000，增加金额:20，

g) 商品描述:一台好用的电脑，结束时间:系统默认时间。

3) 填写完信息后，点击确认按钮，然后按照提示上传商品的图片，如果没有

则点击“返回”。

4) 点击商品目录，查看发布的拍卖商品。

实验步骤（商品竞拍）(包括:复习项目操作内容安排更多训练.....)：

流程图（板书设计）

（三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 8：拍卖中心管理

### 一、实训目标

熟悉拍卖中心管理的常用操作；掌握会员管理的操作技能；熟悉拍卖管理的目录和商品管理流程；掌握商品管理的操作技能等。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1.熟悉拍卖中心的构成、特点和各栏目的功能；
- 2.掌握拍卖中心注册的步骤。

### 三、背景知识

#### （一）运营模式

1. 公司不参加拍卖过程，仅只提供交易平台。
2. 公司自己经营网上拍卖业务
3. 综合型

#### （二）拍卖类型

- 1、增价拍卖和减价拍卖：
- 2、强制拍卖和任意拍卖：
- 3、动产拍卖和不动产拍卖：
- 4、有底价拍卖和无底价拍卖：
- 5、投标式拍卖和非投标式拍卖：
- 6、一次性拍卖和再拍卖：
- 7、密封递价拍卖：

#### （三）竞价模式

正向竞价、逆向竞价、浮动价格

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

### 五、实训步骤、内容及学时

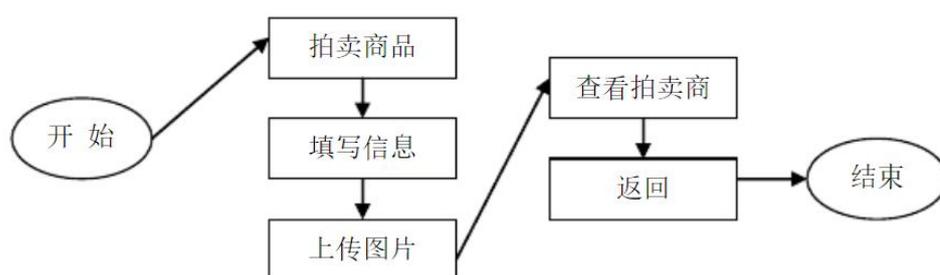
#### （一）实训步骤

- 1.导入

分小组，各小组根据 C2C 电商模式相关知识点，进行 C2C 网站注册

## 2.任务流程

- (1) 拍卖操作的技能，包括拍卖商品的信息发布
- (2) 查询拍卖进展
- (3) 回复竞拍方留言
- (4) 商品竞拍的操作技巧，包括选取欲购商品
- (5) 了解拍卖商品详细信息的拍卖情况
- (6) 进行集体议价等内容



### (二) 实训内容:

1) 在页面左侧进行会员登录，输入:××××，密码:123456，进入“登记拍卖

商品”页面。

2) 进入拍卖页面后，填入欲拍卖的商品的信息:

a) 名称:联想××××电脑，

b) 数量:1，

c) 物品所在地:学校所在胜负，d) 新旧情况:9 成新，

e) 拍卖的商品所属的一级目录:计算机与网络，二级目录:整机 f) 拍卖价格:2000，增加金额:20，

g) 商品描述:一台好用的电脑，结束时间:系统默认时间。

3) 填写完信息后，点击确认按钮，然后按照提示上传商品的图片，如果没有

则点击“返回”。

4) 点击商品目录，查看发布的拍卖商品。

实验步骤（商品竞拍）(包括:复习项目操作内容安排更多训练.....) :

流程图（板书设计）

（三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析的情况，从知识点的掌握、知识点的运用、跨境电商的对比完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 9：网络市场调研

### 一、实训目标

了解网络市场调研的方法。

### 二、项目（实训）中的具体任务

撰写网络市场调研报告。

### 三、背景知识

#### 一、网络市场调研的含义

我们把基于互联网而系统地进行营销信息收集、整理、分析和研究的过程称为网络市场调研。

#### 二、网络市场调研的步骤

（一）明确问题与确定调研目标

（二）制定调查计划

资料来源、调查方法及手段、抽样方案和联系方法。

（三）收集信息

（四）分析信息

（五）提交报告

#### 三、网络市场调研的方法

（一）网上搜索法 （二）网站跟踪法

（三）加入邮件列表 （四）在线调查表 （五）电子邮件调查

### 四、实训工具与设备

电脑、相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤

#### 1.导入

分小组，各小组根据网络市场调查相关知识点，确定市场调研方法，准备市场调查报告

#### 2.介绍知识点

（一）网络市场调查的含义

（二）网络市场调研的步骤

（三）网络市场调研的方法

#### 3.分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，完成调研报告的撰写

#### 4.独立设计，个别指导

#### 5.作品展示

#### 6.评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

### （二）实训内容：

#### 1、熟悉市场调研的步骤

#### 2、学会完成网络市场调研

分小组，各小组根据网络市场调查相关知识点，确定市场调研方法，准备市场调查报告

（1）小组通过学习相关知识点，完成调研前的准备

（2）完成调研后，撰写调研报告

### （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核调研报告的撰写情况，从调研的开展准备、调研的过程、调研的结果及分析报告完成情况等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 10：网络调研策略与网络广告

### 一、实训目标

熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式

### 二、项目（实训）中的具体任务

学会运用网络营销方法为企业做产品或网站推广

### 三、背景知识

#### 一、网络营销策略

网络营销的产品策略由 3 部分组成：产品选择策略、销售服务策略和信息服务策略。

##### （一）网络营销产品策略

在网络营销中，产品的整体概念可分为五个层次，相应地有不同的网络营销策略。

（1）核心利益层次。（2）有形产品层次。（3）期望产品层次。（4）延伸产品层次。（5）潜在产品层次。

#### 二、网络营销价格策略

（一）竞争定价策略 （二）个性化定价策略

（三）自动调价、议价策略 （四）特有产品特殊价格策略

（五）捆绑销售策略 （六）众筹自定价策略

#### 三、网络营销渠道策略

（一）渠道的推式策略

（二）渠道的拉式策略

（三）渠道的线上线下融合策略

#### 四、网络营销促销策略

促销是指企业通过人工和非人工的方式与消费者进行沟通，从而引发、刺激消费者的消费欲望，使其产生购买行为的活动。网络促销策略一般有四种形式，即网络广告、站点推广、网络销售促进和网络公关。

（1）网络广告是指企业借助互联网平台发布企业的产品或服务信息，对企业及企业产品或服务进行宣传推广的一种营销方式。

（2）站点推广是指企业利用网络营销策略，扩大站点知名度，增加网站流量，从而起到宣传和推广企业、产品或服务的目的。站点推广策略也可以延伸到移动端的 App 推广。

(3) 网络销售促进是指企业为了促进在线产品或服务的销售，运用各种短期诱因（如限时折扣、赠送优惠券、抽奖、满减等活动），以吸引消费者购买产品或服务的促销方式。

(4) 网络公关是指企业借助互联网的交互功能吸引用户与企业保持密切关系，以树立企业的良好形象，培养客户忠诚度，从而促进产品或服务销售的一种活动。网络公关的主要工作内容有事件营销、口碑营销、网络新闻发布、危机公关等。

## 二、网络广告

### (一) 网络广告的发展

1994年10月27日，美国著名的Wired杂志推出了网络版Hotwired，其主页上有MCI等14个客户的横幅广告。这是广告史上里程碑式的事件，标志着网络广告的诞生。

我国的第一个商业性网络广告出现在1997年3月，传播网站是Chinabyte，该广告的表现形式为468像素×60像素的动画旗帜广告。英特尔和IBM公司是最早在国内互联网上投放广告的企业。我国的网络广告一直到1998年初才稍具规模。

艾瑞咨询中国网络广告核心数据显示，2018年中国网络广告市场规模达到4844亿元，同比增长29.2%；网络营销的发展重心进一步向移动端转移，移动端广告占比达76%，预计2021年将接近85%；阿里巴巴、百度和腾讯的广告营收位列前三。

### (二) 网络广告的形式

#### 1. 横幅广告

类 型	规格（像素 ×像素）
全幅旗帜 广告	468×60
半幅旗帜 广告	234×60
垂直旗帜 广告	120×240
宽型旗帜 广告	728×90
小型广告	88×31

条	
1号按钮	120×90
2号按钮	120×60
方形按钮	125×125

2. 文本链接广告；3. 视频广告；4. 搜索引擎广告；  
5. 信息流广告；6. 电子邮件广告；7. 插播式广告；8. 游动式广告；9. 社会化媒体网络广告；10. 手机网络广告

### （三）网络广告的收费方式

1. CPM (Cost Per Thousand Impressions, 每千人印象成本)
2. CPC (Cost Per Click; Cost Per Thousand Click-Through, 每点击成本)
3. CPA (Cost Per Action, 每行动成本)
4. CPS (Cost Per Sales)：以实际销售产品数量来换算广告刊登金额。
5. 竞价广告收费
6. 包时方式 (CPT)
7. 其他计价模式
  - (1) CPR (Cost Per Response, 每回应成本)
  - (2) CPP (Cost Per Purchase, 每购买成本)
  - (3) CPL (Cost Per Leads)：以搜集潜在客户名单多少来收费。
  - (4) PFP (Pay-For-Performance)：根据业绩付费。

## 四、实训工具与设备

电脑，相关软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤

#### 1. 导入

分小组，各小组根据网络广告相关知识点，分析老师展示的相关案例

#### 2. 介绍知识点

- (一) 网络营销策略
- (二) 网络营销价格策略
- (三) 网络营销渠道策略
- (四) 网络营销促销策略
- (五) 网络广告的形式
- (六) 网络广告的收费方式

### 3. 分组讨论

讨论如何通过知识点学习，结合知识点与案例，完成案例分析

### 4. 独立设计，个别指导

### 5. 作品展示

6. 评估评价，对学生的作业进行点评，为学生巩固相关知识点

## （二）实训内容：

### 1、熟悉广告的制作

### 2、学会分析案例

分小组，各小组根据网络广告相关知识点，分析老师展示的相关案例

（1）小组通过分析老师展示的相关案例，进行案例分析。

## （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、考核案例分析情况，从案例的分析过程、知识点的选择等方面进行考核。（70%）

2、考核个人在实训过程中的表现（30%）

## 项目名称：实训 11： 电子商务网站建设

### 一、实训目标

掌握网站建设的理论、设计的方法和设计过程，能使用网络编程语言和数据库技术进行简单的电子商务网站设计。

### 二、项目（实训）中的具体任务

以小组为单位，设计开发一个简易电子商务网站，具体主题和内容自选。要求网站主题突出，内容健康，信息丰富，网页设计简洁美观，色彩和谐，版面布局合理，栏目设置完整，模块功能多样化。

### 三、背景知识

天猫商城，淘宝网

### 四、实训工具与设备

计算机、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

(1) 学时 2 课时

(2) 实训步骤及内容

第一步：网站的规划与设计

在规划设计中需要对网站进行整体的分析，明确网站的建设目标，确定网站的访问对象，网站提供的内容与服务，网站的域名，logo，网站风格和网站目录分类等内容，这一步也是电商系统网站后台建设成功的前提，因为所有的建设步骤都是按规划设计进行实施的。

第二步：站点的建设

网站规划设计以后，就开始进入网站的建设阶段，电商系统网站后台建设这一阶段主要有域名注册，网站配置，网页制作和网站测试的四个部分。除了网站测试，需要在其他三项完成之后才能进行之外，域名注册，网站配置和网页制作相对独立，可以同时进行。

### 第三步：经营目标

经营目标是企业进行网络营销的目的所在，网络营销在运营过程中的“指南针”。一般情况下，一份网络营销计划书主要包括以下 3 个方面目标。

- 1、任务，即需要完成什么。
- 2、可量化的工作指标，即工作量是多少。
- 3、时间限制，即什么时候完成。

当然网络营销也属于营销的一种，企业利用因特网进行营销其目的无不是希望凭借因特网技术提高内部工作效率（如增加市场份额，增加销售收入或销售量，降低成本，完成品牌目标，改进供应链管理等）。

### 第四步：网络营销战略

接下来，营销人员按照“4P 营销理论”（4P 即产品、价格、渠道、促销四个因素）的内容和关系管理制定营销战略，以实现开发电子商务系统平台后台既定的目标，也就是关于产品、价格、促销和渠道的计划目标，此外，营销人员还要考虑产品定位，市场细分，市场差异化，客户关系管理等战略的制订。

### 第五步：做好网站建设的策划方案

企业建设商城网站，首先要进行的网站建设步骤就是要了解自己建设这个商城网站的目的是什么？正如你所说的那样，电子商务是互联网时代发展的大热门，有许多企业制作电商商城网站系统纯粹是盲目跟风行为，不提倡这样的行为。所以需要在事前做好商城网站建设的策划方案，方案内容包括网站定位、目标用户定位、网站风格设计和营销目标等众多内容。

### 第六步：做好商城网站内容的建设

企业商城网站建设不是随便把一些产品信息和图片发布到网站上就行的，要做好一个商城网站的经营也不是一件简单的事情。所以在建设商城网站是要重视其内容，做好网站的内容建设才可以增加网站的点击率并提升转化率。

### 第七步：商城网站的推广不可忽视

定制开发一个成功的商城网站，并不是制作出功能完整的网站就可以了的，在上线后，还需要对网站进行推广，只有推广了才能让更多的人知道并了解你的新网站。所以推广也属于商城网站建设工作的重要组成部分。

## 六、考核或评价标准

- 1、整个电子商务网站的功能是否完善（50分）
- 2、电子商务系统的网站流量（15分）
- 3、网站的电子商务指标（15分）
- 4、电子商务网站的客户价值指标（20分）

## 项目名称：实训 12： 物流与供应链管理

### 一、实训目标

要求学生在学习生产运营管理理论知识的基础上，对物流理论知识的具体化，加深对物流理论知识的理解，了解企业物流、物流企业实际运作环境、环节、程序、步骤和管理。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、能在淘宝网添加、修改地址库；
- 2、能进行运单、运费模板的设置；
- 3、能在淘宝网查看运费时效；
- 4、能在淘宝网追踪物流信息；
- 5、能了解供应链管理关键业务。

### 三、背景知识

淘宝网案例

### 四、实训工具与设备

计算机、手机

(1) 学时：2 课时

(2) 实训步骤及内容：

供应链管理覆盖了从供应商的供应商到客户的客户的全部过程，主要涉及供应、生产计划、物流和需求四个主要领域。供应链管理是以同步化、集成化生产计划为指导，以各种技术为支持，尤其是以上 Intertnet/Intranet 为依托，围绕供应、生产计划、物流、满足需求来实施的。供应链管理的目标在于提高用户服务水平和降低总的交易成本，并寻求两者之间的平衡。供应链管理主要有以下七大关键业务：

(1) 客户关系管理

顾客是供应链管理的核心和基本出发点。供应链管理的第一步就是识别对企业的经营是全关重要的那些关键客户，并与他们发展合作关系。

#### (2) 客户服务管理

客户服务管理一方面认为服务是获取客户信息的唯一来源，另一方面为顾客提供实时、在线的产品和信息，以支持客户对交货期和货物状态的查询

#### (3) 需求管理

一个好的需求管理系统是利用 POS 系统和关键客户数据来提高供应链的效率和减少不确定性，并平衡客户需求和企业供应能力

#### (4) 完成订单

要高效地完成客户订单，需将企业的制造、分销和运输计划综合在一起。

#### (5) 生产流程管理

供应链中的生产是“拉式”按需生产，企业要进行柔性生产以适应频繁的市场需求变化。生产流程管理的改进可以缩短生产周期，提高客户响应速度。

#### (6) 采购

采购即与供应商发展长期合作关系，以支持企业生产和新产品开发工作。

#### (7) 产品开发和商品化

一定要让顾客和供应商参与到新产品的开发过程中来，以便在更短的时间内，以更低的成本，开发出客户需要的成功产品。

供应链一体化管理的目的在于协调传统的各项职能，而传统的职能部门一般却倾向于保持自己的职能优势，这样的组织结构阻碍了供应链一体化的发展和成功。因此，供应链一体化管理的关键就在于完成一个转变，即从管理个别职能到把不同的活动整合成供应链关键业务过程的转变。

## 六、考核或评价标准

- 1、能进行运单、运费模板的设置；（50分）
- 2、能具体阐述供应链管理关键业务；（50分）

## 项目名称：实训项目 13：综合实训

### 一、实训目标

通过对网上店铺的管理，把所学的专业知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、熟悉不同网上商店的设计要求；
- 2、根据需要利用平台建立一个网上商店；
- 3、掌握网上商店的管理内容；
- 4、掌握网上商店的管理技巧。

### 三、背景知识

韩都衣舍案例

### 四、实训工具与设备

计算机、手机

### 五、实训步骤、内容及学时

- (1) 学时：2 课时
- (2) 实训步骤及内容：

#### 一、开店前期准备

开店前期准备主要是指对市场的分析，选择和确定合适自己用于网上销售的商品，并找好合适的供应商和物流公司。选择和确定合适自己用于网上销售的商品是网上开店的基本前提。同时，还需要提前准备在网上购物平台开店要求的相应资料。

#### 二、选择开店平台

不同类型的平台，对入驻商家的要求也不相同，此外，根据开店用户的实际情况，也面临自主创建网店和使用自助网店开店的选择。一般来说，淘宝网、易趣网等网络交易服务平台对成本、资质等要求较低，基本属于全名可选模式，只需要使用有效证件进行注册和申请既可以用有自己的店铺，而天猫商城、京东商城等B2C网站，则对商家入驻要求较高，普通个体户不能申请。

### 三、开设店铺并完成装修

申请成功后，即可开始店铺的装修和管理。装修和管理店铺是个繁琐的过程，包括内容非常多，如店铺名称设置、店铺招牌设置、图片管理、商品分类、商品导航、岗位管理、物流管理等，其中店铺名称的确定和商品类目的选择是该阶段比较重要的工作之一，好的名字可以给消费者留下好印象

### 四、进货

对于进货这一阶段而言，低价进货、控制成本非常重要，而要做好这一点，就要选择好的进货渠道，并与供应商建立好良好的合作关系。

网上商品的进货渠道很多，阿里巴巴等很多批发网站都是商品提供服务。此外，也可选择线下实体批发市场进货，或选择厂家直接进货等。

### 五、商品拍照

由于消费者无法直接接触和检查网上商店中的商品，因此通常顾虑较多，为了一定程度地打消这种顾虑，商家需要向其展示商品的实拍图片。网上商店中商品的实拍图一般要求好看，但好看的前提保证是图片不失真，否则容易产生极大的售后问题。

### 六、上传商品

上传商品是指把商品的名称、产地、所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写到网站中。上传商品的过程也比较繁琐，如上传主图，选择二级类目、设置商品名称、设置商品属性、上传商品详情页、设置价格等。

该阶段的商品名称非常重要，关乎店铺的流量，要提前进行分析和确定，商品的主图和详情页也要在 Photoshop 中进行制作。此外，商品的价格设置也是商品成功与否的重要因素之一。

## 七、店铺营销与推广

店铺开设初期，人气会比较低，此时就需要适当地进行营销推广。网上商店营销和推广的方式与实体店不一样，网上商店的推广主要是通过网络渠道进行的，例如通过淘宝网自身推广平台进行推广，或通过其他自媒体平台推广。

## 八、商品售中服务

通过网上商店进行消费的消费，在消费过程中会与卖家进行一些必要的沟通，比如提出某些问题或要求，此时需要卖家能快速、妥善、及时地回复消费者并处理相关问题。需要注意的是，很多平台对消费者信息的保密要求非常严格，卖家严禁向第三人透露买家的相关信息，否则将给予处罚。

## 九、发货

消费者确认购买后，卖家要在自己设定的时间内寄出货物，包括通过快递公司揽件、填写订单号以及更新订单信息等。发货快慢也是消费者在网上购物时非常关心的问题，因此卖家应尽快发货，选择正规的快递公司，保证商品寄送的速度和质量。

## 十、处理评价和投诉

店铺信用是网上商店非常重要且直观的一个评价因素，在完成交易之后，淘宝网买卖双方都需对对方做出评价。淘宝网中买家对卖家的评价是可以更改的，如果遇到买家差评或投诉，需尽快联系买家解决问题。如果遇到恶意投诉，卖家也须向网站投诉，以减少损失。

## 十一、售后服务

售后服务也是商品价值的一种体现，好的售后服务不仅可以为商品增值，还能扩大商品影响力。售后服务包括技术支持、退换货服务等，好的售后服务可以留住更多的回头客，会直接影响商品销量。

## 六、考核或评价标准

- 1、能够通过该平台注册并开设自己的网店；（20分）
- 2、对店铺进行基本的装修设置，发布待售商品、对商品进行分类管理（30分）
- 3、对商品进行在线销售，熟悉在网上进行销售商品的流程，有效对网店进行管理（50分）。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	2023 级电子商务 1-7 班 2023 级电子商务（本）1 班
课    程:	平面美工设计（PS）
制    定    人:	黄姣
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	16(第 1 周至第 16 周内安排)
实训总学时:	32
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

## 目 录

项目一：拼排 Lomo 风格照片 .....	3
项目二：制作薄荷糖文字效果 .....	5
项目三：利用通道抠图 .....	7
项目四：制作风景油画 .....	9
项目五：视觉营销推广图的制作——主图 .....	11
项目六：智钻图、直通车图片的制作 .....	16
项目七： 女装网店店招与导航设计 .....	21
项目八：节日主题的首焦轮播区设计 .....	23
项目九：新品上架的首焦轮播区设计 .....	17
项目十：清新女装店铺设首页设计 .....	19
项目十一：女装网店商品详情页设计 .....	21
项目十二：女鞋网店商品详情页设计 .....	23
项目十三：无线端首页的视觉设计与装修 .....	25

## 项目一：拼排 Lomo 风格照片

### 一、实训目标

- 1、了解路径的概念
- 2、掌握钢笔工具的使用方法。
- 3、掌握编辑路径的方法和技巧
- 4、掌握绘图工具的使用方法

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握圆角矩形、剪切蒙版、自定义形状工具、填充工具

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### （一）实训步骤

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

#### （二）实训内容

- 1、使用绘图工具和添加图层样式命令绘制照片底图
- 2、使用创建剪贴蒙版命令制作图片的剪贴蒙版效果
- 3、使用自定形状工具

4、多种图层样式命令制作装饰图形。

(三) 学时：2

## **六、考核或评价标准**

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目二：制作薄荷糖文字效果

### 一、实训目标

- 1、掌握文本的输入与编辑方法
- 2、掌握创建变形文字与路径文字的方法
- 3、了解图层的基础知识
- 4、掌握新建填充和调整图层的方法
- 5、掌握运用图层的混合模式编辑图像
- 6、掌握图层样式的应用

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握填充和调整图层，文字的输入、图层样式等工具

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

（一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

（二）实训内容：

- 1、使用渐变工具、画笔工具和镜头光晕滤镜命令制作背景效果
- 2、使用横排文字工具以及多种图层样式命令制作文字特殊效果。

(三) 学时：2

## **六、考核或评价标准**

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目三：利用通道抠图

### 一、实训目标

- 1、掌握通道的操作方法和技巧
- 2、了解运用通道蒙版编辑图像

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握通道工具、钢笔工具、蒙版工具、色阶等工具

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

（一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

（二）实训内容：

- 1、复制对比度相对较大的通道，蓝通道
- 2、利用色阶命令调整图片中的黑白对比
- 3、用钢笔描边绘出人物主体，转换为选区，黑色填充
- 4、再次应用色阶命令进一步调整对比

5、复制选区即可

(三) 学时：2

## **六、考核或评价标准**

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目四：制作风景油画

### 一、实训目标

- 1、了解滤镜库的功能
- 2、掌握滤镜库的使用方法
- 3、掌握滤镜的使用技巧

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握滤镜和图层样式的使用方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 四、实训步骤、内容及学时

#### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

#### （二）实训内容：

- 1、使用多种滤镜库命令和图层样式命令制作油画效果
- 2、使用移动工具添加装饰边框。

#### （三）学时：2

### 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目五：视觉营销推广图的制作——主图

### 一、实训目标

掌握高点击率主图的制作方法。

### 二、项目（实训）中的具体任务

完成以下图片的制作



### 三、背景知识

同学们已掌握主图的设计规范和制作要点与技巧。主图的标准尺

寸为 310×310 像素的正方形图片，800×800 像素以上的图片，可在宝贝详情页中使用放大镜功能，该功能可以直接放大主图的细节，使买家可以在主图中查看产品的细节。在计算机上编辑发布宝贝时，主图一般可以上传 4~6 个不同角度的图片。也可以在主图中发布视频，方便查看实物效果。

#### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

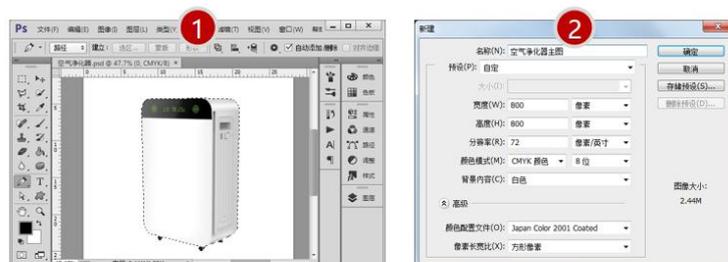
#### 五、实训步骤、内容及学时

##### (一) 实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

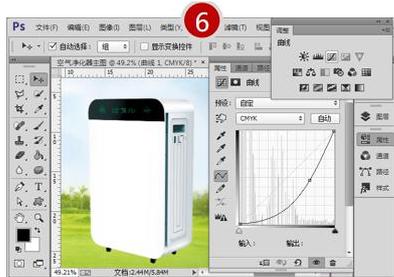
##### (二) 实训内容：

主图要有一定的亮点，本例将制作空气净化器的主图效果，该效果主要体现清新自然，并对“呵护”进行重点体现。其具体操作如下。





调整暗度



调整颜色对比度



盖印图层



垂直翻转图像



调整翻转的图层



添加图层蒙版



设置高斯模糊



查看投影效果并设置不透明度



链接图层



添加树叶素材



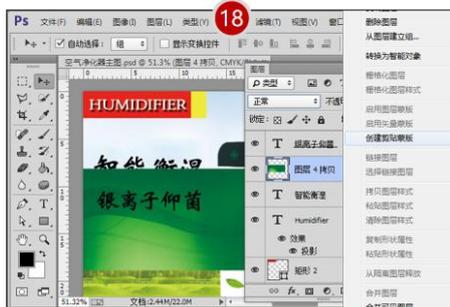
绘制矩形并输入文字



为文本设置投影



输入文字



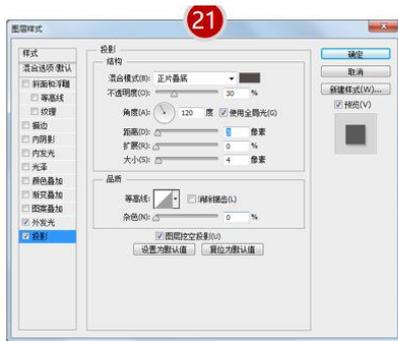
添加文件创建剪贴蒙版



设置其他剪贴蒙版



为文本图层添加外发光



21 为文本图层添加投影



22 拷贝图层样式应用于“银离子仰菌”文本图层



23 在文字下方绘制直线



24 绘制矩形并输入文字



25 制作其他文字



26 添加阳光效果

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目六：智钻图、直通车图片的制作

### 一、实训目标

掌握具有创意的直通车推广图设计的方法。

掌握吸引人的智钻图制作的方法。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

了解直通车的含义和设计原则，掌握其投放策略和技巧。掌握智钻图设计与排版技巧，以及其定义和位置。淘宝直通车是阿里妈妈旗下的一个营销平台，是淘宝的一种付费推广方式，卖家通过设置关键词来推广商品，淘宝根据用户搜索的关键词在直通车展示位展示相关商品，买家点击商品产生流量。淘宝直通车推广可以多维度、全方位提供各类报表以及信息咨询，从而快速、便捷的进行批量操作。同时，淘宝直通车还给用户提供了淘宝首页热卖单品活动、各个频道的热卖单品活动以及不定期的淘宝各类资源整合的直通车用户专享活

动。不同时期，直通车投放的策略也有所不同，在直通车开通的前期，最主要目的是提高点击率，提高质量得分，使得排名靠前和推广费用降低，因此要求直通车图创意要十足、视觉冲击力要强，能够引人点击；而直通车开通的后期，最主要目的是精准引流，即直通车图不仅仅是让人点击，引进流量，而且要能促进订单的达成，提高流量的转化率，此时直通车图片要求目标消费者定位要明确，且图片的商品与详情页的描述或者真实的产品匹配度高。

#### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

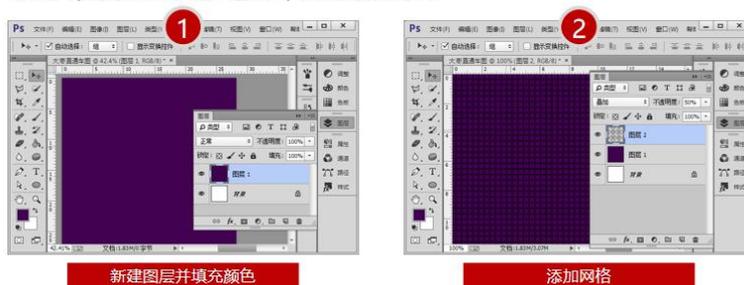
#### 六、实训步骤、内容及学时

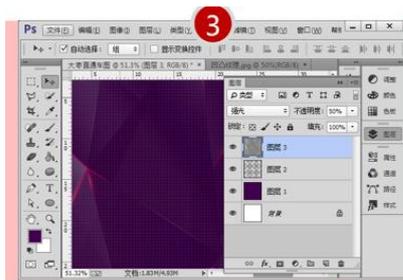
##### (一) 实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

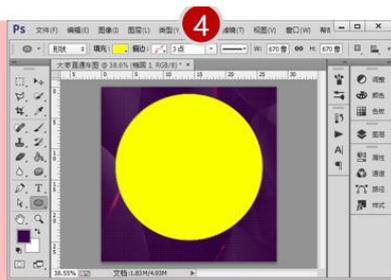
##### (二) 实训内容：

一般直通车推广图的制作方法为主图的制作方法类似，注重的是对促销信息的描述，要在图片中尽量表现促销的吸引力（即各种促销手段）、体现促销的主题、促销活动的时间等信息。本例将制作大枣的直通车图，其具体操作如下。





添加凹凸效果



绘制黄色的圆



添加大枣素材



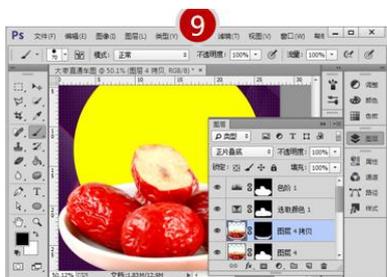
扣取大枣图像



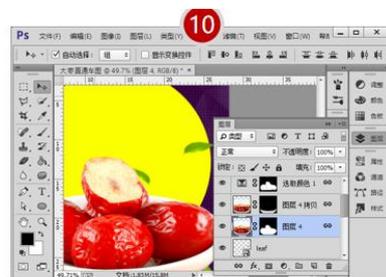
使用色阶调整红色



使用色阶调整大枣亮度



加深盘子区域



添加叶子素材



输入文本并设置字符样式



设置文字描边效果



输入其他文本并描边



绘制形状并填充颜色



15



16

绘制黑色的圆

输入黄色文字



17

复制椭圆图层并设置高斯模糊



18

移动图层制作投影效果



19

绘制直线



20

输入文本完成制作

(三) 学时:2

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目七： 女装网店店招与导航设计

### 一、实训目标

1. 了解网店店招与导航的作用与设计思路。
2. 能够通过添加修饰元素、图层样式等方式对店招进行修饰。
3. 根据店铺商品图片及图片风格来确定店铺店招和导航的风格及配色。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 二、背景知识

已掌握基本工具的使用

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

#### （二）实训内容：

1、本案例在色彩搭配上通过使用明亮的色彩来营造时尚、甜美的感觉，整个画面以粉色和黄色为主，女性青春感十足，整个画面色彩和谐而统一。

2、店标文字经过适当的艺术化处理，增添了画质的精致度和可

爱感；

3、在导航上对重点栏目做不同的颜色处理，突出重点，吸引买家眼球。

4、利用剪贴蒙版对模特图像进行处理。

5、利用矩形选框工具绘制选区并填充颜色。

6、使用圆角矩形工具绘制修饰形状。

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目八：节日主题的首焦轮播区设计

### 一、实训目标

1. 了解网店首焦轮播区的作用与设计思路。
2. 学会根据店铺推广内容确认首焦轮播区的风格、布局、配色、文字和图片。
3. 学会根据不同的节日氛围制作出合适的首焦轮播区。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 二、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 七、实训步骤、内容及学时

#### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

## （二）实训内容：

- 1、在色彩搭配上，使用了不同明度的紫粉色和橘黄色，营造出一种浪漫的感觉。
- 2、使用牛郎、织女的形象来代表七夕节，映射出情侣之间的浓情蜜意，由此准确地表达出活动的主题。
- 3、使用外形较小的文字来说明活动的内容和日期，深化活动的主题。
- 4、添加“描边”“内发光”“图案叠加”“外发光”等样式修饰主题文字。
- 5、使用圆角矩形工具绘制活动内容的背景。
- 6、使用路径选择工具对文字路径进行变形，使其更有设计感。

## （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目九：新品上架的首焦轮播区设计

### 一、实训目标

1. 了解网店首焦轮播区的作用与设计思路。
2. 学会根据店铺推广内容确认首焦轮播区的风格、布局、配色、文字和图片。
3. 学会根据不同的节日氛围制作出合适的首焦轮播区。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 八、实训步骤、内容及学时

（一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

## （二）实训内容：

1. 在色彩搭配上，颜色对比强烈，以增强视觉冲击力。画面主色调采用鲜艳的红色和蓝色进行对比，营造出明亮、大气的视觉效果，这样的颜色设计很容易吸引买家的注意力。

2. 使用蓝色矩形图案进行修饰，使画面看起来更加和谐。

3. 使用多种不同的字体进行组合，提高画面设计感。

## （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目十：清新女装店铺首页设计

### 一、实训目标

- 1、能够根据服装的类型、色彩和消费群体等来设计首页的配色。
- 2、能够通过合理的布局来突显广告商品，展示出服饰商品的特点。
- 3、能够根据服饰的风格与特点制作出独具特色的店铺首页。
- 4、掌握服饰店铺首页设计中的各种技术要点和操作技巧。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

## 四、实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

### （二）实训内容：

1、在色彩搭配上，使用淡蓝色作为页面的主色调，搭配了白色的纯色背景，不仅给人一种清爽的感觉，而且显得大气、简约。

2、利用分布得当的文字对页面内容进行点缀，使文字起到画龙点睛的作用。

3、页面布局从上到下按照由疏到密、由密到疏的版式进行设定，使页面内容主次得当，由此带来的视觉缓冲可以延长浏览者的停留时间，增强消费者的购买欲望。

4、利用自定形状工具绘制出首页中所需的修饰形状。

5、利用“投影”图层样式对所绘形状进行修饰。

6、利用剪贴蒙版对图像的显示进行控制。

### （三）学时：2

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目十一：女装网店商品详情页设计

### 一、实训目标

- 1、了解商品详情页设计的重要性。
- 2、了解商品详情页的设计思路。
- 3、能够抓住不同商品的特点设计出别具一格的商品详情页。

### 二、项目（实训）中的具体任务

shop 车  
设备  
toShop  
内容及  
知识点  
老师谈  
页主要

法  
演示  
作

商品的细节信息, 它的精致程度和设计感直接影响买家对商品的认知。

- 2、由于女装的色彩清新而淡雅，雪纺居多，为了表现出雪纺轻

盈、飘逸的特点，多使用白色为背景色，搭配黑色修饰描述性文字，形成雅致、清丽的视觉效果。

3、商品细节展示的箱包色彩为黑色，并且外形较为硬朗，因此在设计商品详情页中使用了与其色彩反差较大的白色进行搭配，将箱包的细节进行放大，直观地展现了商品的各种细节。

4、实拍商品照片是最基本的要求，这能让买家明白这是商家的商品质量是完全可以信赖的。

5、在很多时候，卖家在商品详情页的开始就会对商品图片进行详细的说明。例如，说明商品的洗涤要求以及商品照片的色差问题。

6、对于单个商品页面的设计而言，商品信息的编辑与设计尤为重要。

7、除了展示商品本身的外观、性能等各种细节外，还可以让买家在商品详情页中更加直观地查看店铺内的优惠打折信息，如“包邮”“买一送一”“搭配促销”等。

8、在商品详情页中，为了让买家真实地体验到商品的实际效果，通常需要设计“使用感受”“尺码标示”和“商品细节”等内容。

9、由于对商品的不同描述需要在同一个页面中展示，所以在设计中要注意把握好页面的整体风格。

10、商品的规格、颜色、尺寸、库存等虽然很容易介绍清楚，但如果设计不好会显得非常死板。从一件商品的描述，可以看出整个店铺的营销水平。



尺码	腰围	臀围	裤长	裤脚	裤脚口
S	48	104	103.5	20	18
M	48	104	103.5	20	18
L	50	110	103.5	20	18
XL	52	116	103.5	20	18

尺码对照表

尺码	腰围	臀围	裤长	裤脚	裤脚口
S	48	104	103.5	20	18
M	48	104	103.5	20	18
L	50	110	103.5	20	18
XL	52	116	103.5	20	18

尺码对照表

(三) 学时：2

## 六、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目十二：女鞋网店商品详情页设计

### 一、实训目标

- 1、了解商品详情页设计的重要性。
- 2、了解商品详情页的设计思路。
- 3、能够抓住不同商品的特点设计出别具一格的商品详情页。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

#### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

#### 六、实训步骤、内容及学时

##### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

##### （二）实训内容：

- 1、在色彩搭配上，选择以白色作为页面背景，用灰色块来修饰。
- 2、使用不规则圆形作为细节图的修饰图形，将细节图放在其中，起到聚焦视线的作用。
- 3、文字的编排别具一格，有让人眼前一亮的感觉，便于买家与商品产生情感上的共鸣。
- 4、使用“字符”面板设置文字属性。
- 5、使用钢笔工具绘制不规则圆形，将绘制的路径转化为选区，使用画笔工具绘制虚线。
- 6、利用图层蒙版控制修饰图形的显示。
- 7、使用矩形工具与直线工具绘制表格。

##### （三）学时：2

#### 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目十三：无线端首页的视觉设计与装修

### 一、实训目标

熟悉无线终端首页模块的组成。

握无线终端首页关键模块视觉设计。

掌握无线终端装修设计。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据所提供的素材完成移动端店铺的首页制作

### 三、背景知识

#### 1、移动端店铺页面的框架结构

移动端店铺和 PC 端店铺一样，也存在着页面之间的跳转以及页面结构层级关系的安排与布置，而这里所说的页面不再是指店铺的各级网页页面，而是指存在于淘宝 App 客户端中的店铺各级界面。

#### 2、移动端店铺图片发布尺寸要求

手机淘宝对图片的发布尺寸做出了非常明确的要求，具体如下：  
店招规格尺寸为 750 像素×254 像素；在图片上添加文字时，中文字号 $\geq 30$ ；英文和阿拉伯数字字号 $\geq 20$ ；图片高度 $\leq 960$  像素（建议高度不超过 600 像素）；支持 JPG、GIF、PNG 图片格式；首页和详情页图片宽度为 480 像素~620 像素（建议不超 608 像素）。

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

（一）实训步骤：

1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示

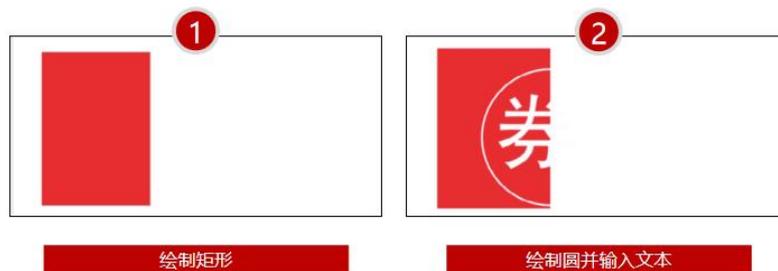
2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

## (二) 实训内容：

由于无线终端设备的屏幕普遍较小，所以无线终端店铺首页的店招尺寸也较小，基本上不会在其中显示视频图形、详细活动公告等信息，而往往选择将店名等重要信息进行展示，其美术风格则应符合店铺首页的风格，不可过于花哨，影响主要信息的表达。下面设计“魅力厨房”店铺首页的店招，其具体操作步骤如下。



与计算机端相比，无线终端优惠券的位置更加显眼，引流效果极佳。本例将设计榨汁机首页的优惠券，该优惠券主要以红色为主色，其具体操作步骤如下。



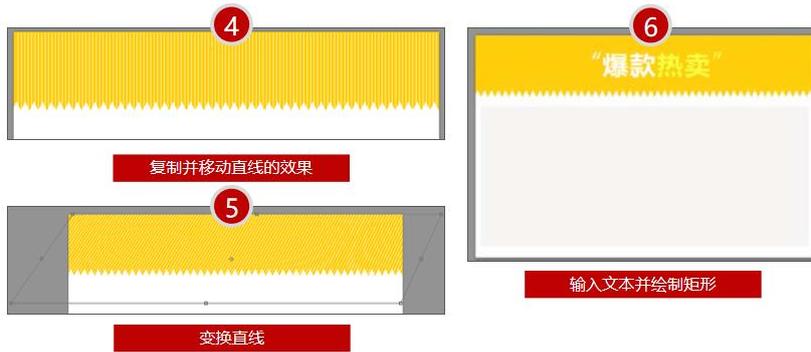


无线终端的分类设计与计算机端相比，文本字号更大，分类板块更加分明。本例将设计榨汁机店铺首页的分类板块，主要采用不同色块的均匀排列实现分类设计，其具体操作步骤如下。



为了便于消费者清晰地浏览宝贝信息，无线终端的宝贝展示图一般分为一行展示图和两行展示图。下面设计一行展示图和两行展示图，其具体操作步骤如下。





在进行模块装修时，网店美工要先进入装修页面，选择并添加想要的模块，并在右侧模块面板上对图片、文本、视频、链接等进行编辑，即可完成装修。下面我们以装修轮播图海报为例，介绍模块装修的方法，其具体操作步骤如下。



进入手机端店铺首页装修页面



添加轮播海报图



装修的海报轮播图效果



套用模板装修

(三) 学时：2

## 七、考核或评价标准

1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。

2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。

3、该实训课程内容是对理论教学内容的的应用与验证，实训课的成

绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

## 项目十四：女士箱包店铺首页设计

### 一、实训目标

- 1、了解箱包商品详情页设计的要素。
- 2、了解箱包商品详情页设计思路。
- 3、能够抓住不同箱包的特点设计出别具一格的商品详情页。

### 二、项目（实训）中的具体任务

品牌: 迪约	产地: 牛湖港	闭合方式: 拉链
图案: 纯色	风格: 其他	系列: 横款
颜色: 全黑	尺寸: 20*13*6cm	性别: 女
流行元素: 撞色	颜色分类: 黑色 草绿色 棕色 棕色卡	内部结构: 拉链隔袋
上市时间: 2022年秋季	货号: 00204	面料材质: 涤纶
适用对象: 青年	折数: 3折	长度: 18cm
箱包材质类型: 肩带可收(上收下不)		



### 三、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

## 五、 实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

### （二）实训内容：

- 1、在色彩搭配上，选择以白色作为页面背景，用灰色块来修饰。
- 2、使用不规则圆形作为细节图的修饰图形，将细节图放在其中，起到聚焦视线的作用。
- 3、文字的编排别具一格，有让人眼前一亮的感觉，便于买家与商品产生情感上的共鸣。
- 4、使用“字符”面板设置文字属性。
- 5、使用钢笔工具绘制不规则圆形，将绘制的路径转化为选区，使用画笔工具绘制虚线。
- 6、利用图层蒙版控制修饰图形的显示。
- 7、使用矩形工具与直线工具绘制表格。

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目十五：饰品网店商品详情页设计

### 一、实训目标

- 1、了解饰品详情页设计的要素。
- 2、了解饰品详情页设计思路。
- 3、能够抓住不同饰品的特点设计出别具一格的商品详情页。

### 二、项目（实训）中的具体任务

*Neverfar*  
"YOUR EVERYDAY CHIC"



### 三、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

#### 1、 实训步骤、内容及学时

### （一）实训步骤：

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

### （二）实训内容：

- 1、在色彩搭配上，选择以白色作为页面背景，用灰色块来修饰。
  - 2、使用不规则圆形作为细节图的修饰图形，将细节图放在其中，起到聚焦视线的作用。
  - 3、文字的编排别具一格，有让人眼前一亮的感觉，便于买家与商品产生情感上的共鸣。
  - 4、使用“字符”面板设置文字属性。
  - 5、使用钢笔工具绘制不规则圆形，将绘制的路径转化为选区，使用画笔工具绘制虚线。
  - 6、利用图层蒙版控制修饰图形的显示。
  - 7、使用矩形工具与直线工具绘制表格。
- 3、学时：2

## 六、考核或评价标准

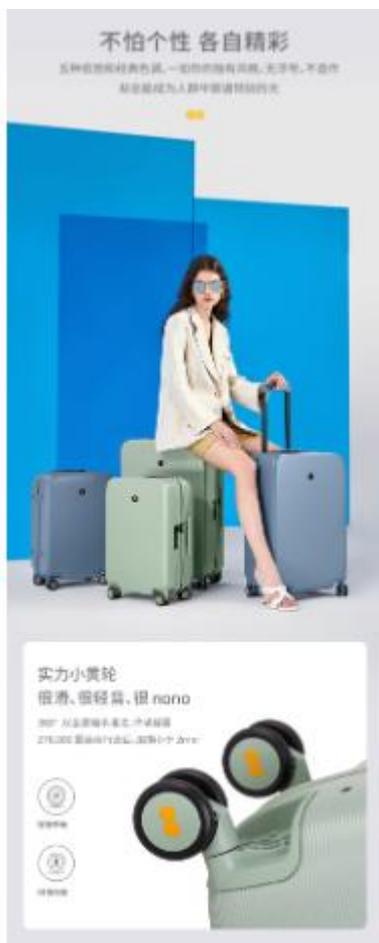
- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的20%。

## 项目十五：时尚拉杆箱铺设首页设计

### 一、实训目标

- 1、了解时尚拉杆箱详情页设计的要素。
- 2、了解时尚拉杆箱详情页设计思路。
- 3、能够抓住不同时尚拉杆箱的特点设计出别具一格的商品详情页。

### 二、项目（实训）中的具体任务



### 三、背景知识

已掌握 PhotoShop 软件的基本操作方法

### 四、实训工具与设备

计算机、PhotoShop 软件

## 1、 实训步骤、内容及学时

### (一) 实训步骤:

- 1、老师讲授知识点，同步电脑操作演示
- 2、学生根据老师讲授的步骤进行操作

### (二) 实训内容:

- 1、在色彩搭配上，选择以白色作为页面背景，用灰色块来修饰。
- 2、使用不规则圆形作为细节图的修饰图形，将细节图放在其中，起到聚焦视线的作用。
- 3、文字的编排别具一格，有让人眼前一亮的感觉，便于买家与商品产生情感上的共鸣。
- 4、使用“字符”面板设置文字属性。
- 5、使用钢笔工具绘制不规则圆形，将绘制的路径转化为选区，使用画笔工具绘制虚线。
- 6、利用图层蒙版控制修饰图形的显示。
- 7、使用矩形工具与直线工具绘制表格。

## 六、考核或评价标准

- 1、每次实训后，学生将实训结果等内容写出实训报告，应符合实训教学的要求，并得到指导教师认可。
- 2、指导教师对每份实训报告进行审阅、评分。
- 3、该实训课程内容是对理论教学内容的应用与验证，实训课的成绩记入课程平时成绩，占总成绩的 20%。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	商品摄影技术
制    定    人:	黄姣
实训周(次)学时:	2 节
实训周(次)数:	13(第3周至第15周内安排)
实训总学时:	26 学时
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

## 目录

实训项目 1、熟悉数码单反相机的基本功能操作 .....	3
实训项目 2、拍摄的基本技巧 .....	10
实训项目 3、利用不同构图方法进行摄影作品创作 .....	14
实训项目 4、网店图片拍摄实战（1）服装类商品的拍摄 .....	17
实训项目 5、网店图片拍摄实战（2）皮鞋类商品的拍摄 .....	20
实训项目 6、网店图片拍摄实战（3）箱包类商品的拍摄 .....	23
实训项目 7、网店图片拍摄实战（4）珠宝首饰类商品的拍摄 .....	26
实训项目 8、网店图片拍摄实战（5）数码产品类商品的拍摄 .....	29
实训项目 9、网店图片拍摄实战（6）休闲食品类商品的拍摄 .....	32
实训项目 10、网店图片拍摄实战（7）化妆品类商品的拍摄 .....	35
实训项目 11、光影魔术手软件基本操作 .....	37
实训项目 12、Photoshop 的基本操作 .....	40
实训项目 13、网店视频拍摄的基础知识 .....	42

# 实训项目 1、熟悉数码单反相机的基本功能操作

## 一、实训目标

熟悉 135 数码单反相机的基本功能的操作

## 二、项目（实训）中的具体任务

1. 了解数码相机的选购要素
2. 了解数码单反相机各部件的名称和功能
3. 掌握数码单反相机的操作技巧
4. 了解数码相机的辅助配件与器材

## 三、背景知识

相机分类

目前可用于拍摄的相机包括卡片机、手机、微单、数码单反相机等。每类相机都有各自的特点。



手机



卡片机



### 2.1.2 选购要素

用于网店拍摄的数码相机在功能的选择上与日常家用数码相机有所不同，通常会有更高的要求，但这并不意味着非要购买价格最贵的顶级数码相机。合理选购的原则是不要过分追求高性能，要选择既便宜又好用的相机，用户可用富余出来的预算购买三脚架等辅助配件。

在选购数码相机时，只需要符合以下几个条件，就可以满足网拍的要求。

感光元件的重要性

要有全手动设置功能

强劲的微距功能

必备的热靴插槽

可更换镜头

### 2.1.3 功能解析

很多人都觉得单反相机操作复杂、难以掌握，其实只要认真阅读说明书，学会数码单反相机特有的操作方式和知识，要随心所欲地拍出自己想要的照片也绝非难事。在开始使用数码单反相机进行拍摄之前，了解数码单反相机各部件的名称和功能，是提高摄影水平的第一步。

### 2.1.3 功能解析

机身正面的结构及功能按钮

幻灯片 9

### 2.1.3 功能解析

2. 机身的背面结构及功能按钮

幻灯片 10

### 2.1.3 功能解析

3. 机身的顶面结构及功能按钮



### 2.1.3 功能解析

#### 4. 机身的底面结构及功能按钮



### 2.1.3 功能解析

#### 5. 机身的侧面结构及功能按钮





音频/视频输出/ 外接麦克风  
数码端子 输入端子  
HDMI mini 输出端子 遥控端子



快门按钮

手柄

镜头卡口

镜头安装标志

镜头释放按钮

反光镜



### 2.1.3 功能解析

### 6. 镜头

### 2.1.3 功能解析

### 7. 常用图标

### 2.1.4 操作技巧

想要拍出精美的商品照片，除了要熟悉数码单反相机的基本结构和功能，还

要熟练掌握各种摄影技巧。

## 相机的握法

驱动模式		拍摄模式	
单拍	全自动	微距	P 程序自动曝光
连拍	创意自动	运动	Tv 快门优先自动曝光
自拍/遥控*	闪光灯关闭	夜景人像	Av 光圈优先自动曝光
高速连续拍摄	使用内置闪光灯	短片拍摄	M 手动曝光
自拍定时器: 2秒	人像	ISO 更改ISO感光度	AF 自动对焦模式
自拍定时器: 连拍	风光		MF 手动对焦模式
<b>闪光灯</b> 闪光灯开启 闪光灯关闭 消除红眼 闪光灯自动		<b>其他</b> 电池电量 图像回放 删除图像 保护图像	



横向握机



竖向握机

### 2.1.4 操作技巧

## 相机的固定

相机最好是使用三脚架固定。摄影者在没有三脚架的情况下，可以把相机的背带缠在胳膊上臂部分，这样手持相机拍摄时会有一个支撑点，提高相机的稳定性，并且可以防止在拍摄时失手将相机滑落



示例图

### 2.1.4 操作技巧

#### 3. 设定参数

- (1) 设定曝光模式与参数
- (2) 设定照片格式及大小
- (3) 设定白平衡
- (4) 设定感光度
- (5) 对焦
- (6) 设定光圈
- (7) 景深的控制
- (8) 设定快门
- (9) 设定曝光补偿

## 四、实训工具与设备

数码单反相机

## 五、实训步骤、内容及学时

1、熟读你现有相机的说明书，了解每一个细节，这样你的机器才能更好的发挥作用

- 2、手持相机拍摄静物（站姿、蹲姿、坐姿、卧姿）
- 3、在自然光下分别使用不同的曝光模式拍摄同一组静物
- 4、通过观察和试用相机的变焦装置（推拉式和旋转式变焦环）熟悉焦距的标识及操作
- 5、通过观察和试用相机熟悉镜头标识的专业术语以及对各种专业镜头进行了解和掌握

## **六、考核或评价标准**

以个人为单位给分：满分 100 分（根据学生的参与积极性以及实际操作情况判断分数）

## 实训项目 2、拍摄的基本技巧

### 一、实训目标

1. 光圈的认识实训
2. 快门的认识实训
3. 取景的认识实训

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 掌握光圈对拍摄照片的影响
2. 掌握快门对曝光量的影响
3. 掌握不同商品的取景技巧

### 三、背景知识

#### 1. 镜头的种类与性能

标准镜头：镜头视角在  $40^{\circ} \sim 55^{\circ}$  之间的称为标准镜头。标准镜头的焦距与底片的对角线长度基本相等，由于这种镜头的视角和人眼视角相似，拍摄景物的透视效果符合人眼的透视标准和习惯，所以在摄影中应用广泛。标准镜头的特点是有效孔径大，光学性能好，不易失真。135 型数码相机标准镜头的焦距一般在  $40 \sim 58\text{mm}$  之间。



广角镜头：镜头视角大于  $60^{\circ}$  的称为广角镜头。广角镜头的焦距小于底片

像幅对角线长度。在 135 型数码相机的系列镜头中，焦距在 24~35mm 之间的镜头称为普通广角镜头，视角范围在 60° ~85° 之间；焦距在 12~20mm 之间的镜头称为超广角镜头，视角大于 120° ；焦距在 6~16mm 之间的镜头称为鱼眼镜头，视角范围可达到 180° ~220° 。



变焦镜头：变焦镜头的变焦方式有手动变焦和自动变焦两种，而手动变焦又分单环推拉和双环转动两种方式。单环推拉式的变焦环也是调焦环，前后推拉为变焦，转动为调焦，操作方便，有利于快速拍摄，但在俯拍、仰拍时镜头容易滑动。而双环转动式的变焦环与调焦环各自独立，转动操作互不影响，但操



作不如单环推拉式的方便。

光圈

光圈是在镜头中间由数片互叠的金属叶片组成的可变孔径光阑。它的位置由光学系统的设计要求决定。它能限制镜头的进光量，光圈开度的大小直接影响胶片上的照度，改变光圈不但可以改变成像质量，还能调节景深。

光圈的一般表示方法为“字母F+数值”，不同的F值代表光圈的大小不同。镜头上标刻的1，1.4，2，1.8，4，5.6，8，11，16，22等数字是光圈系数，代表各级相对孔径的倒数。各级通光量相差2倍，例如F4光圈的通光量是F5.6的2倍，F1.8光圈是F4光圈的2倍，以此类推。



景深

所谓景深，就是焦点前后可以看清楚的区域。我们可以将景深理解为：在焦点前后，肉眼能够辨认为清晰影像的范围。从被摄物到最近清晰点的距离称为前景深，从被摄物到最远清晰点的距离称为后景深，前景深与后景深之和称为全景深。景深的大小受光圈大小、镜头焦距长短及拍摄距离（物距）远近的制约。

光圈的大小：在镜头焦距和拍摄距离不变的情况下，光圈大，景深小，光圈小，景深大。使用大光圈拍摄可以得到虚化背景、突出主体的视觉效果，也就是“小景深（浅景深）”的效果。相反，使用小光圈拍摄物体时，景深加大，画面中的景物从近处到远处都是清晰的。

焦距的长短：不同焦距的镜头用同样的光圈对同一距离的目标拍摄时，镜头的焦距越长，景深越短，焦距越短，景深越长。

物距的远近：在光圈和焦距不变的情况下，景深的大小取决于拍摄者与被摄物体的距离。物距越远，景深越大，物距越近，景深越小。

光圈大小、镜头焦距、拍摄距离三者对于景深的影响可以简要地做如下表述：光圈越大，景深越浅，反之越深；镜头焦距越长，景深越浅，反之越深；拍摄距离越近，景深越浅，反之越深。

## 四、实训工具与设备

数码单反相机

## 五、实训步骤、内容及学时

1. 通过观察和试用相机熟悉最大光圈的标识
2. 通过观察和试用相机熟悉光圈的调节
3. 通过观察和试用相机熟悉光圈与成像的理论
4. 通过观察和试用相机熟悉快门的标识
5. 通过观察和试用相机熟悉快门的调节
6. 通过观察和试用相机熟悉快门与成像的原理
7. 通过观察和试用相机熟悉镜头的焦距、光圈、快门、聚焦的配合使用以及进行具体的拍摄

## **六、考核或评价标准**

以个人为单位给分：满分 100 分（根据学生的参与积极性以及实际操作情况判断分数）

## 实训项目 3、利用不同构图方法进行摄影作品创作创作

### 一、实训目标

摄影构图理论、不同对象的摄影构图（商品静物、校园景色、校园人物等）

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 利用井字形进行构图
2. 利用中央构图法进行构图
3. 利用三角形构图法进行构图
4. 利用对称法进行构图

### 三、背景知识

#### 一、井字形构图法

井字形构图法是最为常见的一种构图方法，即通过两条横线与两条竖线将画面等分，这时 4 条线段就构成了井字形，并在画面中产生四个交点。而拍摄者需要做的就是将商品主体安排到这四个交点之一的附近。

井字形构图法是一种快捷地寻找到画面黄金分割点的方法，井字形的四个交叉点就是黄金分割点。

#### 二、中央构图法

中央构图法是将被拍摄的商品主体安排在画面的中心，以达到突出商品本身的目的。

在拍摄商品时采用中央构图法，主要有以下几方面的考虑：

（1）人们在观察一个画面时，往往比较容易将注意力集中到画面的中心，所以将商品安排到画面的中央，就很容易将观看者的视线集中到商品上；

（2）中央构图非常方便、精准，拍摄者可以利用相机取景器里的对焦点来确定画面中心在哪，只需使用中心对焦点对焦拍摄，即可获得符合中央构图的画面；

（3）在对网店商品照片进行后期处理时，可能会在画面的四周加上一些宣传文字或说明文字，而采用中央构图法可以避免添加文字时遮盖商品本身；

（4）采用中央构图法拍摄商品，在后期处理时可以有较多的空间对画面的

构图进行重新调整，以符合新的设计或排版的需要。

### 三、对角线构图法

对角线构图法，就是将拍摄主体按照对角线排列呈现在画面中，这种构图方法可以让画面显得更有活力。

### 四、三角形构图法

三角形的稳定特质使三角形构图法常被用于商品的组合拍摄中，这种稳定不单单是商品在陈列时重心上的稳定，也会让人从视觉上感到稳定，给人以安定、放心的感觉。

### 五、留白构图法

留白构图法，就是指画面中要适当地留出一些空白，重点突出商品本身。在构图时，要留有足够多的空白，否则商品主体就容易被遮挡。

## 四、实训工具与设备

数码单反相机、三脚架闪光灯、影室灯、静物台、静物棚等

## 五、实训步骤、内容及学时

1. 外拍前检查设备及附件是否良好、齐全；
2. 在室外拍摄前，选择好感光度和白平衡；
3. 构图并试拍摄；
4. 自选拍摄对象，合理使用远、全、中、近、特等景别来表达拍摄意图。
5. 利用光圈、焦距和摄距实现不同的景深效果，表达拍摄意图；
6. 选择不同的构图方法进行拍摄。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。
- 3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 4、网店图片拍摄实战（1）服装类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 能够找到服装拍摄的侧重点，并能区分人像摄影与服装摄影。
2. 能够有意识地展现服装的各种细节、面料质地、制作工艺等。
3. 能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。
4. 运用不同的镜头来表现不同类型的服装。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 拍摄女式毛衫

### 三、背景知识

1. 基本思路如下图所示。

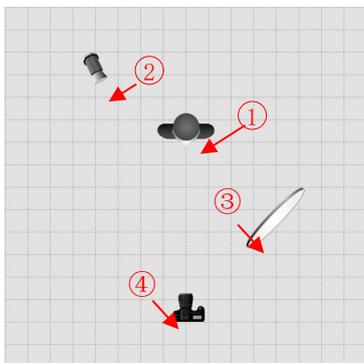


人物的面部可以通过反光板来补光，减少面部的阴影。尽管是拍摄服装，但也不能完全不顾及人物在画面中的效果，因为这会影响到服装给买家的整体印象

在此搭配了浅蓝色的衬衫与灰色的半身裙。与之搭配的服装颜色要与毛衫的颜色相称，以展现出毛衫的美感

2. 所需的器材附件：数码单反相机或微单相机、大光圈标准镜头、闪光灯、白色或银色反光板。

3. 布光示意图如下图所示。



- ① 被摄主体——模特
- ② 主光——闪光灯
- ③ 辅光——反光板
- ④ 相机的拍摄方向

其中，有一个没有在示意图上标注出的光源——外界环境中的自然光，这才是场景中真正的主光。

闪光灯的作用是从模特后方照亮服装的边缘，起到勾勒轮廓的作用；反光板的作用主要是补充光线，让服装的细节浮现出来

## 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 具有纵深感的场地突出服装

一个合适的外拍场景能够提供适合的背景和丰富的画面变化。选择商务楼旁的休息区，主要是基于以下三个方面考虑：

（1）服装的定位是轻熟风，因此选择商务楼的休息区是比较恰当的；

（2）在这块场地中，可以利用过道形成画面的纵深感。买家在观看照片时，视线会顺着过道的线条自然地移动到服装上；

（3）这个场景也有利于安排模特的动作，能够做出一些舒展的动作，也可以利用绿植形成背景，使用大光圈标准镜头虚化背景后会显得十分柔美，服装效果更容易突出。

### 2. 采用与天气一致的预设白平衡

拍摄时是晴天，以自然光为主，闪光灯和发光板提供的光线只起到辅助的作用。在确定白平衡时，应该根据主光的特性做出调整，可以选择自动、室外、晴天模式，白平衡功能会加强图像的黄色，以此来校正颜色的偏差。

### 3. 找准主要光源进行测光

服装的照明是由环境中的光线和反光板反射的光线共同完成的，测光之前，可以安排助到合适的位置手持反光板，再将测光模式切换到中央重点测光或点测光，将测光区域对准服装进行测光，获得一个准确的曝光参数组合，然后切换到手动模式，按照之前测定的参数设置接着进行下一步的拍摄。

### 4. 运用闪光灯勾勒轮廓

拍摄服装时，闪光灯起到了辅助的作用，所以它的亮度变化与服装的曝光是无关的。拍摄者需要重点调整的是闪光灯的照射角度，而不是亮度。闪光灯与自然光线充分配合，就能获得非常不错的画面效果

### 5. 变换角度进行拍摄

为了全方位地展示服装的各个细节，除了正面拍摄外，还可以选取不同的方位进行拍摄，如侧面拍摄、背面拍摄等。在变换角度时，建议让模特来回转动，而不是让拍摄者自己调整位置。当人物侧身时，服装的纵深增大，因此摄影者需

要调节景深，缩小光圈扩大景深后再拍摄，收缩光圈之后增加感光度能够补偿曝光。

#### 6. 构图时留下后期裁切空间

毛衫的细节可以通过近距离拍摄来进行展现，采用大光圈镜头拍摄，结合后期裁切也可以展现出其细节。

## 六、考核或评价标准

1、认真填写实训报告表中的各项内容。

2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。

3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 5、网店图片拍摄实战（2）皮鞋类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。
2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。
3. 能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。

### 二、项目（实训）中的具体任务

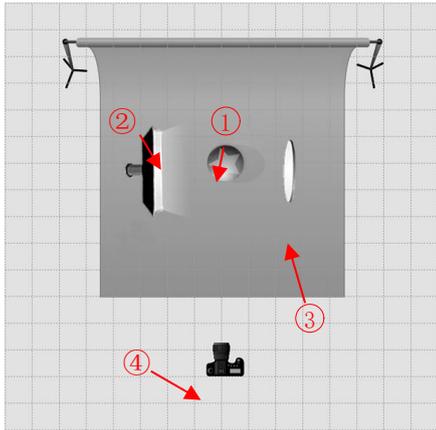
拍摄女士单鞋

### 三、背景知识

1. 基本思路如下图所示。



2. 所需要的器材附件：单反相机或微单相机、微距镜头、柔光箱、反光板。
3. 布光示意图如下图所示。



- ① 被摄主体——女士单鞋
- ② 主光——柔光箱
- ③ 辅光——反光板
- ④ 相机的拍摄方向

将一盏带有柔光箱的三基色光源作为主光，得到没有色差的白光。为了得到较硬的光质，选用小尺寸的柔光箱。

银色反光板可以反射较多的光线，通过调整反光板与单鞋之间的距离，可以改变反光的强弱。距离越近，反光越强，阴影越淡，细节越多；反之，距离越远，反光越弱，阴影越强，细节越少

## 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 寻找恰当的位置对焦

当对鞋子的装饰进行特写拍摄时，要把握好明暗和线条两大要素。

从明暗的角度看，对焦的位置既不能太明亮，也不能太灰暗，否则相机自动对焦系统难以合焦。

从线条的角度看，应该选择具有明显线条的区域进行对焦。单反的自动对焦系统往往对于横向或纵向的线条比较敏感，微单的自动对焦系统则需要被摄对象具有一定的色彩对比度。

### 2. 正面和侧面的拍摄技巧

拍摄正面时，可以将鞋子平放，排列整齐，俯视拍摄鞋子，也可以结合一些近距离特写镜头进行展现。拍摄鞋子侧面时，可以将鞋子不规则摆放，不仅靠近镜头的鞋子的外侧可以得到展现，而且另一只鞋子的内侧也可以得到充分的展现。

### 3. 拍摄鞋子上脚图

让模特穿上鞋子进行拍摄，可以丰富商品展示内容，同时也让鞋子的展示更加直观。拍摄这种模特试穿的上脚图时，建议不要采用过多的特写，而是尽量让鞋子得到比较完整的展现。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。
- 3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 6、网店图片拍摄实战（3）箱包类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。
2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等。
3. 灵活调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。

### 二、项目（实训）中的具体任务

拍摄男士长款钱包

### 三、背景知识

1. 基本思路如下图所示。

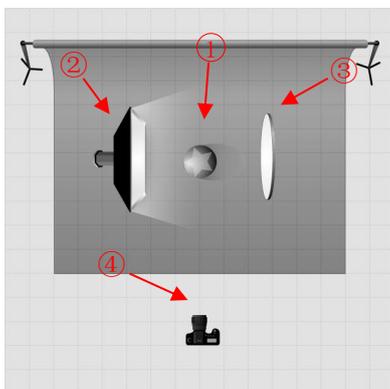


头层牛皮材料让钱包的立体感更加突出,为了强化这种纹理的层次感,所以使用了侧面照射的光线

钱包上印有品牌的标识,需要进行特写拍摄,以便突出品牌,同时展现钱包的做工细节

2. 所需要的器材附件：单反相机或微单相机 微距镜头、三基色灯、三脚架、柔光箱、反光板。

3. 布光示意图如下图所示。



- ① 被摄主体——长款钱包
- ② 主光——柔光箱
- ③ 辅光——反光板
- ④ 相机的拍摄方向

通过一盏三基色光源作为主光,获得没有色差的白光,并且提供足够的亮度。灯光通过柔光箱后柔化,让钱包获得均匀的光线照射。

使用锡箔纸进行反光,锡箔纸的反光能力比较强,可以填充暗部背光面的阴影,使更多的细节浮现出来。此外,锡箔纸易于造型,可以将其弯曲,以便获得更好的光线包围效果

### 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 准备制作锡箔反光板

选用锡箔纸作为反光材料的优点是可以随意造型，并且反光率比较高。不过刚买到的锡箔纸是非常平整的，我们要做的第一件事是将其揉皱。仔细观察揉皱的锡箔纸表面，可以看到很多凹凸面，这些凹凸面会让光线散射开。

### 2. 将锡箔纸弯曲成反光板

将锡箔纸弯曲成一定的弧度，就制成了反光板。弯曲好锡箔纸之后，可以简单试拍一下，根据试拍结果对锡箔纸的弧度进行调整。在距离不变的情况下，锡箔纸弯曲的弧度越大，反光的亮度越强，光质就越偏向于硬光；反之，弧度越小，反光越弱，光质就越柔和。

### 3. 缩短补光距离，获得更柔和的光线

通过调整反光板与钱包之间的距离，可以控制反光的亮度。

### 4. 根据拍摄距离变化选择适当的光圈

选择光圈优先模式进行拍摄，这样相机会根据拍摄者设置的光圈值来自动调整快门速度。建议将感光度设置为自动，这样相机也会对感光度进行自动设置，拍摄起来更加方便。当需要拍摄钱包整体时，光圈稍大一些基本也能保证足够的景深。不过，当需要近距离拍摄时，为了获得足够的景深，需要适当缩小光圈。

### 5. 调整灯光和角度刻画钱包表面皮纹

在展现钱包表面材质时，考虑到钱包表面材质为头层牛皮，所以为了突出凹凸起伏的皮纹，可以撤掉锡箔纸反光板，形成单一光源的侧光照明条件。在单侧光的照射下，钱包表面的凹凸感会通过阴影得到更好的展现。

### 6. 展示钱包的功能与大小

拍摄时可以将钱币放入钱包中，这样看起来会更加直观。这款钱包内有三个钱袋，可以分别放入钱币后再进行拍摄。

## 六、考核或评价标准

1、认真填写实训报告表中的各项内容。

2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。

3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 7、网店图片拍摄实战（4）珠宝首饰类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 熟练掌握拍摄珠宝类商品时的布光方式。
2. 面对透光物时学会精确控制曝光。
3. 熟练掌握珠宝产品的拍摄技巧。

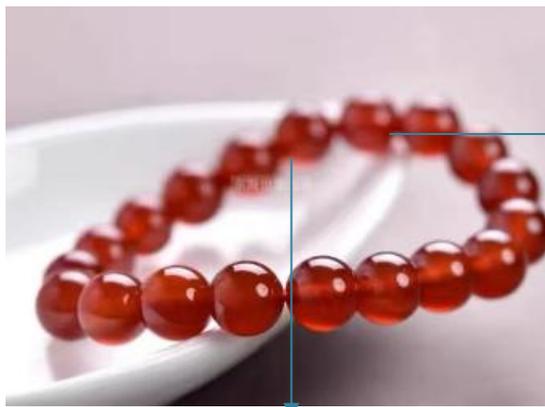
### 二、项目（实训）中的具体任务

拍摄玛瑙

### 三、背景知识

玛瑙需要得到清晰准确的呈现，所以对于玛瑙的曝光要精确控制，因为如果曝光量过多，颜色会显得很白，而曝光量不足，颜色又会显得过于深沉。

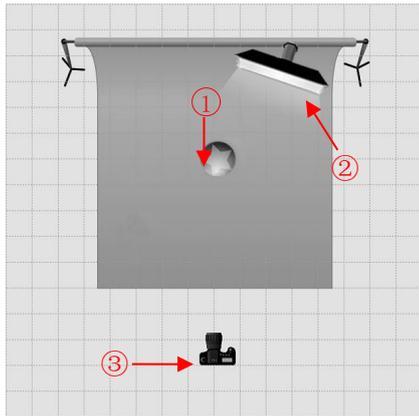
1. 基本思路如下图所示。



背景不宜完全采用简单的白色，在此采用银色的笔记本电脑作为背景。鼠标本来就是与电脑搭配使用的，两者在属性上更加吻合，放在一起也很和谐

鼠玛瑙的透光性是拍摄的难点，可以使用另一盏灯照明，也可以使用反光板进行补光

2. 需要的器材附件：单反相机或微单相机、微距镜头、三脚架、三基色灯管、45cm×60cm 柔光罩。
3. 布光示意图如下图所示。



① 被摄主体——电脑鼠标

② 主光——柔光箱

③ 相机的拍摄方向

将三基色灯管放置在柔光箱内，这样可以随时观察鼠标表面的高光反射情况。

在鼠标的背光面，酌情采用反光板或者新增加一个辅光进行布光。反光板的光效更加自然，但很可能反光亮度不足。如果增加灯光，则需要考虑到辅助灯光的形状、大小和亮度等问题

## 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 遮挡环境中的反光

拍摄时需要借助一些工具在鼠标的周围遮挡光线，防止环境中的光源在鼠标表面形成不需要的反光。用于遮挡的工具可以是遮光板，它是由一种黑色不透明的材质制作而成的挡光工具。

### 2. 改变光斑的形状

如果对于灯光的形状不加以控制，拍摄出的照片，仔细观察会发现鼠标表面产生的高光反射点较多，零零散散，并没有形成整体的形状。要想改变光斑的形状，可以加装柔光箱装置后重新拍摄，从而得到简洁的反光效果，使杂乱的光斑变成规整的反光区域。

### 3. 增加补光效果

为了进一步增强补光效果，可以在场景中再增加一组三基色灯，用灯光代替反光板。在灯光与鼠标之间用一块透光板阻隔，灯光穿过透光板之后，就会形成柔和的散射光，均匀地照亮了鼠标。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。

3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 8、网店图片拍摄实战（5）数码产品类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 熟练掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。
2. 面对反光时学会精确控制曝光。
3. 熟练掌握数码产品的拍摄技巧。

### 二、项目（实训）中的具体任务

拍摄电脑鼠标

### 三、背景知识

鼠标需要得到清晰准确的呈现，所以对于鼠标的曝光要精确控制，因为如果曝光量过多，颜色会显得很白，而曝光量不足，颜色又会显得过于深沉。

1. 基本思路如下图所示。

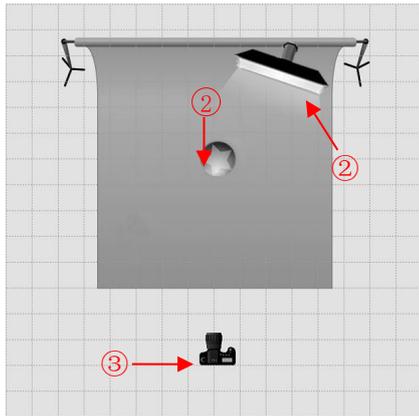


背景不宜完全采用简单的白色，在此采用银色的笔记本电脑作为背景。鼠标本来就是与电脑搭配使用的，两者在属性上更加吻合，放在一起也很和谐

鼠标的背光面是拍摄的难点，可以使用另一盏灯照明，也可以使用反光板进行补光

2. 需要的器材附件：单反相机或微单相机、微距镜头、三脚架、三基色灯管、45cm×60cm 柔光罩。

3. 布光示意图如下图所示。



③ 被摄主体——电脑鼠标

④ 主光——柔光箱

③ 相机的拍摄方向

将三基色灯管放置在柔光箱内，这样可以随时观察鼠标表面的高光反射情况。

在鼠标的背光面，酌情采用反光板或者新增加一个辅光进行布光。反光板的光效更加自然，但很可能反光亮度不足。如果增加灯光，则需要考虑到辅助灯光的形状、大小和亮度等问题

## 五、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 4. 遮挡环境中的反光

拍摄时需要借助一些工具在鼠标的周围遮挡光线，防止环境中的光源在鼠标表面形成不需要的反光。用于遮挡的工具可以是遮光板，它是由一种黑色不透明的材质制作而成的挡光工具。

### 5. 改变光斑的形状

如果对于灯光的形状不加以控制，拍摄出的照片，仔细观察会发现鼠标表面产生的高光反射点较多，零零散散，并没有形成整体的形状。要想改变光斑的形状，可以加装柔光箱装置后重新拍摄，从而得到简洁的反光效果，使杂乱的光斑变成规整的反光区域。

### 6. 增加补光效果

为了进一步增强补光效果，可以在场景中再增加一组三基色灯，用灯光代替反光板。在灯光与鼠标之间用一块透光板阻隔，灯光穿过透光板之后，就会形成柔和的散射光，均匀地照亮了鼠标。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。

3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 9、网店图片拍摄实战（6）休闲食品类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。
2. 能够精确控制焦点位置和景深，充分刻画美食的细节。
3. 在美食造型方面要有所突破，能够拍摄出具有美感的照片效果。

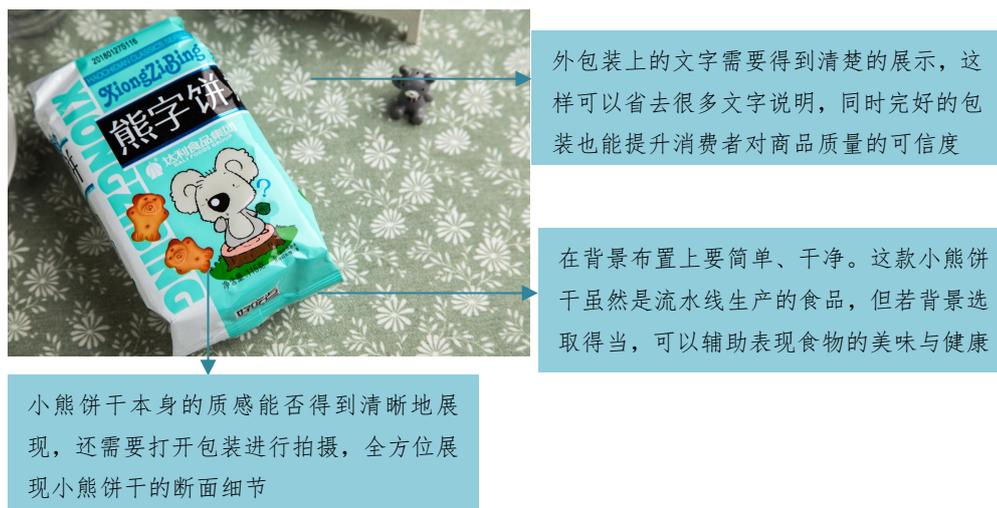
### 二、项目（实训）中的具体任务

拍摄休闲小食品

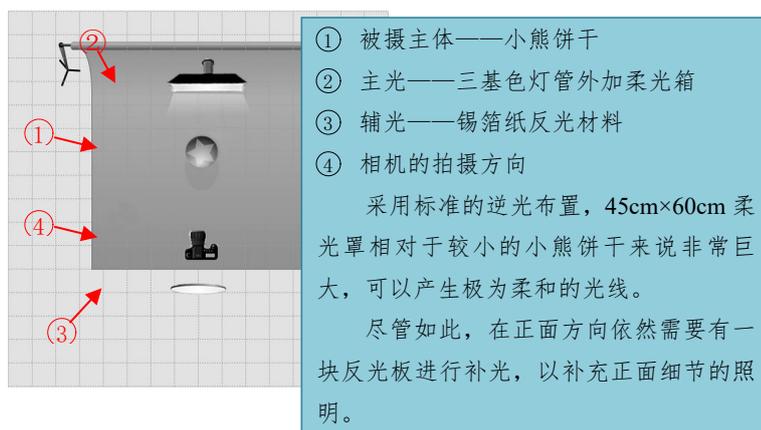
### 三、背景知识

拍摄带有外包装的小熊饼干，要注意对外包装的展现。另外，要选择与小熊饼干相契合的拍摄背景，通过柔和的光线来突出拍摄的主体商品。

1. 基本思路如下图所示。



2. 需要的器材附件：单反相机或微单相机、微距镜头、三脚架、三基色
3. 布光示意图如下图所示。



## 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 拍摄商品外包装

拍摄商品外包装主要有以下两个目的：

（1）展现外包装的完整形态，给人以包装规范、质量可靠的感觉，所以在拍摄时外包装要舒展、整齐；

（2）通过展现外包装上的一些文字信息，如产地、原料、营养成分等，增强食品相关信息的可信度。

### 2. 缩短补光距离展现细节

当主光的亮度和反光板材料本身的反光率确定之后，要想进一步增强补光的效果，就需要缩短补光的距离。正确的做法是在不影响拍摄取景构图的前提下，尽量缩短反光板与食物之间的距离。

### 3. 高机位俯拍正反面

这款小熊饼干的正面和反面的外观不同，所以在拍摄时需要将其通过照片来进行说明。最简单的方法就是采用高机位，以较高的视角来俯拍饼干的正反两面。

### 4. 清理食物残渣，保持画面整洁

由于种种原因饼干容易出现残渣。一般来说，这种食物残渣需要清理干净后才能进行正式拍摄，因为它们容易让画面产生杂乱感，让食物看上去过于廉价且低档。此外，如果不清理干净的话，这些食物残渣也有可能沾染到摄影器材上，影响拍摄工作的顺利进行。

### 5. 缩小光圈再拍摄食品局部

将饼干类的食物掰开后拍摄断面是一种常用的拍摄手段，通过微距镜头近距离拍摄可以展现出清晰的断面。由于拍摄距离缩短，因此景深也会缩小，所以这时需要收缩光圈，补偿损失的景深。

## 六、考核或评价标准

1、认真填写实训报告表中的各项内容。

2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。

3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

## 实训项目 10、网店图片拍摄实战（7）化妆品类商品的拍摄

### 一、实训目标

1. 掌握并运用拍摄护肤品时的布光方法。
2. 掌握并运用拍摄香水等透明类商品的方法。
3. 掌握以不同的拍摄角度拍摄商品的方法。

### 二、项目（实训）中的具体任务

拍摄护肤品

### 三、背景知识

拍摄精华液时，主要是表现具有反光特性的瓶体及其线条。精华液的瓶盖具有高反光性，在拍摄时尤其要注意避免在瓶盖上映照出附近的物体。

1. 基本思路如下图所示。

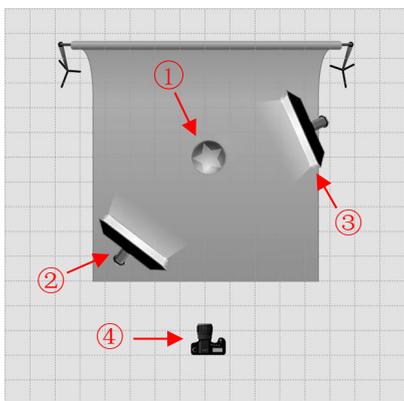


颜色较浅的背景和商品形成视觉对比，使商品在画面中更加突出

在拍摄时，既要有包装盒和瓶体结合的照片，也要有单独展示商品瓶体的照片，可以从平视和俯视两个角度进行拍摄

2. 需要的器材附件：单反相机或微单相机、标准镜头、三基色灯、柔光箱。

3. 布光示意图如下图所示。



- ① 被摄主体——护肤品
- ② 主光——柔光箱
- ③ 辅光——柔光箱
- ④ 相机的拍摄方向

在拍摄时采用了前后夹光的布光方式。主光源从相机左侧约  $45^\circ$  的位置照向商品，且灯位较高，而另一盏灯则从商品的侧逆方向照向商品。前侧光用于照亮商品的正面，侧逆光使商品的阴影铺向前侧方

### 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8 人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 拍摄护肤品整体效果

拍摄护肤品的整体效果图包含两种：

- (1) 包装盒和瓶体相组合的照片；
- (2) 仅有瓶体的照片。

在进行拍摄时，选择从较高的角度进行拍摄。在拍摄瓶体时，可以采用中央构图法对商品进行拍摄，以重点突出商品本身。

### 2. 拍摄护肤品正面效果

一张照片旨在表现瓶体的细节，如英文文字，可以从平视和俯视两个角度进行拍摄，使文字清晰可辨。

### 3. 通过人物展示护肤品

通过人物来展示精华液的质地及效果会十分亲切、自然，在拍摄时焦点要对准瓶体或手部。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。
- 3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

# 实训项目 11、光影魔术手软件基本操作

## 一、实训目标

1. 能够对网店商品照片进行调整，以满足后期处理的需要。
2. 能够更换网店商品的背景，以适应不同的展示需要。
3. 能够根据需要在照片中添加新的视觉元素。

## 二、项目（实训）中的具体任务

1. 商品照片的基本调整
2. 商品照片细节的改善
3. 商品照片背景的改善
4. 为照片添加新的视觉元素

## 三、背景知识

刚拍摄好的照片，通常要经过一定的处理，其中包括旋转与裁切图像、调整图像尺寸、调整曝光、调整饱和度和增加清晰度等。

### 1. 旋转与裁切照片

有时拍摄的商品照片会有一些倾斜，这时就需要对照片进行旋转操作。旋转后照片四周会出现白边，所以需要使用 Photoshop 的裁切功能将白边裁去。

### 2. 缩小照片尺寸

拍摄好的照片往往尺寸比较大，而网店照片要求的尺寸相对来说比较小，这时就需要将照片尺寸进行缩小后再使用。

打开一张刚拍好的照片，在“图像大小”对话框中按照网店对图片的要求修改，最后将商品照片的尺寸缩小到要求的大小。

### 3. 调整照片曝光度

在前期拍摄时曝光如果没有控制好，则可以通过后期处理来使画面变得清楚一些。需要注意的是，这种调整方法针对于曝光不足的照片会产生较好的效果，而对于曝光过度的照片则较难恢复。

### 4. 增加照片饱和度

在 Photoshop 中，若要增加商品照片的饱和度，可以使用“自然饱和度”命令或“饱和度”命令，前者效果更加自然，后者则具有更强的调整效果。

## 5. 增加照片清晰度

使用 Photoshop 可以让照片看上去更加清晰, 尽管这种后期处理没有增加任何实质的图像信息, 但它能在视觉上起到明显的作用。

打开一张刚拍好的照片, 单击“滤镜”|“锐化”|“智能锐化”命令, 弹出“智能锐化”对话框, 在“智能锐化”对话框中进行设置, 在设置的三个选项中, “数量”与“半径”是相互配合使用的。

## 四、实训工具与设备

数码单反相机 (6-8 人/台)、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 商品照片细节的改善

除了对商品照片进行一些基本调整外, 还有一些照片的细节需要改善, 如还原商品本色、修复画面瑕疵等。

#### (1) 还原商品本色

在拍摄商品照片时, 只要正确地设置白平衡, 通常照片都不会有严重的偏色。对于轻微的偏色, 可以通过“色彩平衡”命令进行调整, 以还原商品的本色。

#### (2) 修复画面瑕疵

有时拍摄的商品表面会有一些瑕疵, 如反射的杂光、灰尘、细小划痕等, 消除瑕疵不涉嫌欺诈行为, 可以通过后期处理将其清除。

### 2. 商品照片背景的改善

网店商品照片的背景是十分重要的, 一个好的背景不仅能让商品更加突出, 还可以起到衬托商品的作用, 使商品看上去更加美观。对于一些拍摄背景不太完美的商品照片而言, 通过后期处理可以让其得到一定程度的改善。

#### (1) 更换背景的颜色

通过使用 Photoshop 对商品照片进行后期处理, 可以根据网店页面风格改变其背景颜色。

#### (2) 更换全新的背景

如果单纯改变商品照片的背景颜色无法满足需要, 可以更换一个全新的背景。更

换背景时，可以结合选区与图层蒙版功能来实现，通过选区快速改变背景，然后使用蒙版功能优化细节。

### 3. 为照片添加新的视觉元素

对于网店商品照片来说，除了进行一些和普通照片相同的后期处理以外，有时还需要进行图像合成，如为照片添加文字、增加视觉特效等，为商品照片添加新的视觉元素。

#### (1) 为照片添加文字

放到网店上的商品照片，经常需要在图片上添加文字，同时还需要对文字的大小、形状和色彩等进行设置。

#### (2) 添加视觉特效

为了丰富网店的页面效果，增强视觉冲击力，有时需要为商品照片添加一些视觉特效。在添加这些特效时，采用素材合成的手段，并修改图层混合模式。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。
- 3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

## 实训项目 12、Photoshop 的基本操作

### 一、实训目标

1. 能够对网店商品照片进行调整，以满足后期处理的需要。
2. 能够更换网店商品的背景，以适应不同的展示需要。
3. 能够根据需要在照片中添加新的视觉元素。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 商品照片的基本调整
2. 商品照片细节的改善
3. 商品照片背景的改善
4. 刚拍摄好的照片，通常要经过一定的处理，其中包括旋转与裁切图像、调整图像尺寸、调整曝光、调整饱和度和增加清晰度等。

有时拍摄的商品照片会有一些倾斜，这时就需要对照片进行旋转操作。旋转后照片四周会出现白边，所以需要使用 Photoshop 的裁切功能将白边裁去。

拍摄好的照片往往尺寸比较大，而网店照片要求的尺寸相对来说比较小，这时就需要将照片尺寸进行缩小后再使用。

打开一张刚拍好的照片，在“图像大小”对话框中按照网店对图片的要求修改，最后将商品照片的尺寸缩小到要求的大小。

### 三、调整照片曝光度

在前期拍摄时曝光如果没有控制好，则可以通过后期处理来使画面变得清楚一些。需要注意的是，这种调整方法针对于曝光不足的照片会产生较好的效果，而对于曝光过度的照片则较难恢复。

### 四、增加照片饱和度

在 Photoshop 中，若要增加商品照片的饱和度，可以使用“自然饱和度”命令或“饱和度”命令，前者效果更加自然，后者则具有更强的调整效果。

使用 Photoshop 可以让照片看上去更加清晰，尽管这种后期处理没有增加任何实质的图像信息，但它能在视觉上起到明显的作用。

打开一张刚拍好的照片，单击“滤镜”|“锐化”|“智能锐化”命令，弹出“智能锐化”对话框，在“智能锐化”对话框中进行设置，在设置的三个选项中，

“数量”与“半径”是相互配合使用的。

#### **四、实训工具与设备**

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

#### **五、实训步骤、内容及学时**

网店商品照片的背景是十分重要的，一个好的背景不仅能让商品更加突出，还可以起到衬托商品的作用，使商品看上去更加美观。对于一些拍摄背景不太完美的商品照片而言，通过后期的处理可以让其得到一定程度的改善。

##### **1、更换背景的颜色**

通过使用 Photoshop 对商品照片进行后期处理，可以根据网店页面风格改变其背景颜色。

##### **2、更换全新的背景**

如果单纯改变商品照片的背景颜色无法满足需要，可以更换一个全新的背景。更换背景时，可以结合选区与图层蒙版功能来实现，通过选区快速改变背景，然后使用蒙版功能优化细节。

#### **六、考核或评价标准**

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。
- 3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

## 实训项目 13、网店视频拍摄的基础知识

### 一、实训目标

1. 能掌握拍摄网店商品视频短片的方法和技巧，拍摄出高品质的视频短片。
2. 理解构图对视频的影响，景别与角度的运用，以及运动镜头的拍摄手法。

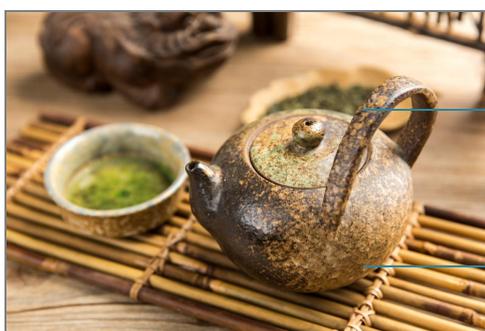
### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 对拍摄场景进行构图
2. 灵活运用不同的景别进行视频拍摄
3. 灵活运用不同的角度进行视频拍摄
4. 拍摄复古茶壶的商品视频

### 三、背景知识

拍摄案例中，茶壶套装包含茶壶和茶杯，拍摄时要重点表现茶壶的特色，同时也要对茶壶进行一些细节上的刻画。

1. 基本思路如下图所示。

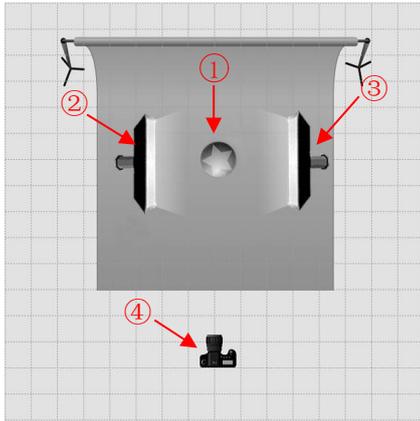


茶壶本身是套装中非常重要的单品，因此对于其细节要注意重点进行展现

拍摄时需要使用微距镜头，通过近距离拍摄来展现足够的细节信息

2. 需要的器材附件：单反相机或微单相机、微距镜头、三脚架、三基色灯、45cm×60cm 柔光罩。

3. 布光示意图如下图所示。



- ① 被摄主体——茶壶
- ② 主光——柔光箱
- ③ 辅光——柔光箱
- ④ 相机的拍摄方向

为了展现出茶壶的细节和色彩，使用柔光箱来柔化光线，使茶壶套装能够得到均衡的照明。采用两个柔光箱对称放置，但灯光的亮度却不同，主光明亮一些，辅光稍暗一些，这样可以营造出具有立体感的光影效果

## 四、实训工具与设备

数码单反相机（6-8人/台）、三脚架、反光板、静物台、影室灯

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 尝试多角度拍摄，全方位表达商品信息

在拍摄这种立体感较强的商品时，一定要采用不同的角度来进行拍摄，这样才能全方位地展现出商品的造型。有时仅仅是稍微调整相机的高度，就能产生很大的差别。

拍摄角度不同，得到的照片传递出的信息就有很大的差别，展现的细节也不尽相同，拍摄者可以多拍摄一些不同角度的照片，网店卖家可以根据自己的需求进行选择。

### 2. 增加曝光避免茶具曝光不足

当摄影者在光圈优先模式下使用评价测光，如果茶具恰好在图片中所占比例较大，就可能出现曝光不足的问题。这时可以使用曝光补偿功能来解决，至于增加多少曝光补偿值，可以通过切换到实时显示拍摄模式来判断。在实时显示拍摄模式下，明暗变化会直接显示在相机的液晶屏幕上。我们可以通过增减曝光补偿值，准确判断增减多少曝光补偿值比较合适。

### 3. 运用微距镜头展现单品的细节

在拍摄过程中，可以多拍一些茶具表面的纹理、造型等细节，对茶壶的特点进行刻画。拍摄时使用的是微距镜头，通过近距离拍摄使其细节获得足够的展现。

## 六、考核或评价标准

- 1、认真填写实训报告表中的各项内容。
- 2、按照实际操作的顺序把实训的过程填写好。
- 3、实训成绩是根据上交的实训报告和实训目的要求是否明晰，明晰程度进行成绩评定

序号	项目	要求	配分	得分
1	熟练使用相机	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
2	正确曝光和用光	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
3	拍摄视频的角度及构图	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	
4	拍摄视频的整体效果	完成程度与效果	20	
		熟练程度	5	

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	商务谈判技能
制    定    人:	叶嘉敏
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	8(第3、5、6、8、10、12、 14、16周)
实训总学时:	16
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训项目一：谈判游戏——旧物交换谈判 .....	3
实训项目二：案例讨论-谈判准备 .....	5
实训项目三：制订商务谈判方案 .....	7
实训项目四：谈判游戏——开局气氛调节 .....	9
实训项目五：谈判游戏——现场买卖谈判 .....	11
实训项目六：商务谈判辩论实训 .....	13
实训项目七：拟定商务谈判合同 .....	15
实训项目八：项目谈判模拟实训 .....	17

# 实训项目一：谈判游戏——旧物交换谈判

## 一、实训目标

理论联系实际训练学生对商务谈判内涵的正确认识，能够正确理解谈判产生的原因。

知识目标：商务谈判概念的认识。

能力目标：培养学生理解问题的能力。

## 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、指导老师布置学生课前准备一些旧物进行交换谈判的准备。
- 2、将全班同学平均分成小组，抽签确定将进行旧物交换的对手，并按小组进行讨论和设计方案。
- 3、通过对话交流使学生对商务谈判的概念和重要性有大概的了解。对商务谈判具有的素质和人格魅力有初步认识，知道商务谈判在社会生产实践中的大量应用。

## 三、背景知识

通过实训，增强学生对商务谈判的基础知识的理解和感性认识，使学生掌握商务谈判的基本知识、基本概念和基本方法，使学生能分析和运用商务谈判的相关知识，即根据实际工作情况有分析地把这些知识运用于工作中，从而提高学生发现问题、分析问题和解决问题的实践能力。

## 四、实训工具与设备

- 1、工具与设备

多媒体教室一间

- 2、在课前准备好参考书籍、纸笔和旧物等工具。

## 五、实训步骤、内容及学时

- 1、教师提出实训任务和具体要求；
- 2、实训采用分组的形式，教师分好各组，选好组长；
- 3、过对话交流使学生对谈判的概念和重要性有大概的了解。

4、对商务谈判应具有素质和人格魅力有初步认识，知道谈判在社会生产实践中的大量应用。

5、学生在课后撰写报告。

## **六、考核或评价标准**

1、针对不同的交换结果，大家组织讨论并写下自己的感想。

2、根据每个同学在对话中的表现和课后书面材料进行评估。

3、指导老师评定学生实训成绩。

## 实训项目二：案例讨论-谈判准备

### 一、实训目标

理论联系实际训练学生对商务谈判准备的正确认识，能够正确理解商务谈判准备的必要性，培养学生认识问题的能力。

知识目标：通过训练使学生充分贴近经济生活；

能力目标：提升学生的综合素质。

### 二、项目（实训）中的具体任务

将全班同学平均分成小组，按每小组进行讨论。实训组根据资料进行讨论和设计方案。

**【背景材料】** 20 世纪 60 年代初期，我国大庆油田的情况在国内外尚未公开。日本人只是有所耳闻，但始终未闻底细。后来，在 1964 年 4 月 26 日的一《人民日报》上看到“大庆精神大庆人”的字句，于是日本人判断，中国的大庆油田确有其事，但他们仍然弄不清大庆油田在什么地方。他们从 1966 年的《中国画报》上看到二张大庆工人艰苦创业的照片，根据照片上人物的衣着，他们断定大庆油田在冬季为零下 30C 的中国东北地区，大致在哈尔滨与齐齐哈尔之间。1966 年 10 月，他们又从《人民日报》和其他杂志上看到有介绍王铁人的文章，提到马家窑的地名，并提到钻井机是用人拉，肩扛弄到现场的。日本人由此断定油田离车站不远，从地图上找到了马家窑的确切位置，并以此推测出大庆油田的确切范围。进而，日本人又从一篇报道王铁人 1959 年国庆节在天安门受表彰的消息中分析出，1959 年 8 月王铁人还在玉门，以后便消失了音讯，这表明大庆油田的开发时间自 1950 年 9 月起。1960 年 7 月，日本人又从《中国画报》上刊登的一张炼油厂的照片推算出大庆的年产原油量。黑片上既没有人也没有尺寸，但有一个扶手栏杆，依照常规，扶手栏杆高一米左右，日本人推断出炼油厂炼油塔的外径，并换算出内径为  $s$  米，判断出日炼油能力和每天的原油加工能力，依此算出了大庆的年产原油量。

日方就是利用了公开的新闻资料中的一句话、一系消息，加以综合分析，完成了对我国大庆油田的调查，为商务谈判提供了可靠的依据。因而在向我国销售

成套炼油设备的谈判时，日方谈判人员介绍只有他们的设备道合大庆油田的实际情况，从而获得较大的主动权，而我方采购谈判人员因无别的选择只好向日方购货。

根据“背景资料”分析日方为什么能获得谈判的主动权？

根据“背景资料”分析日方是如何揭开大庆油田的秘密的？

根据“背景资料”分析信息准备工作的重要性是如何体现的？

根据“背景资料”分析本案例对开展商务谈判调查有何启示？

### **三、背景知识**

通过实训，增强学生对商务谈判的基础知识的理解和感性认识，使学生掌握商务谈判的基本知识、基本概念和基本方法，使学生能分析和运用商务谈判的相关知识，即根据实际工作情况有分析地把这些知识运用于工作中，从而提高学生发现问题、分析问题和解决问题的实践能力。

### **四、实训工具与设备**

1、工具与设备

多媒体教室一间

2、在课前准备好参考书籍、纸笔等工具。

### **五、实训步骤、内容及学时**

1、教师将案例呈现给同学们；

2、同学们根据案例进行分析讨论。

### **六、考核或评价标准**

1、研究表明可以用简单实用的练习来培养创造力。然而创新思维的火花往往被一些致命性的说法所熄灭。

2、全班按组进行讨论，指导老师对小组讨论过程和发言内容进行评价总结，并讲解每组的分析结论；

3、指导老师评定学生实训成绩。

# 实训项目三：制订商务谈判方案

## 一、实训目标

1. 了解商务谈判方案的作用；
2. 掌握商务谈判方案的主要内容；
3. 掌握商务谈判方案的拟定方法。

## 二、项目（实训）中的具体任务

对商务谈判方案内容有基本认知，理解谈判方案各模块主要内容的作用以及制定的要求，能够结合模拟谈判项目的实际需要，拟定谈判方案。

## 三、背景知识

商务谈判方案是指谈判者在谈判开始前对谈判目标、谈判议程、谈判对策等预先所做的安排。主要内容包括：商务谈判方案内容框架：1. 谈判双方背景分析；2. 谈判目标、主题及内容；3. 谈判人员组成；4. 双方利益及优劣势分析；5. 谈判议程与时间安排；6. 相关法律资料；7. 制定应急预案。

## 四、实训工具与设备

1. 教师准备：课件
2. 学生自备手机
3. 环境设备准备：多媒体教室

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）握谈判方案的基本知识

1. 谈判方案的基本内容
2. 谈判方案制定的步骤与技巧

### （二）布置任务，各小组完成谈判方案的制定（0.5 学时）

1. 描述任务并做简要说明：假如现在需要寻找产品供应商，寻找的产品包括：网红食品、服装、电子产品、化妆品等各种产品，请根据你们小组的情况选择其中的一种或几种，根据谈判团队构成的有关知识，分组完成实训任务。

2. 构建本小组（每组 5-6 人）谈判团队，根据每个人的特点设置相应对谈判的

角色；（0.5 学时）

3. 根据谈判项目的要求拟定谈判方案，团队成员在谈判方案中体现；（0.5 学时）

4. 根据本小组选择的产品谈判项目，请拟定收集谈判资料的调查问卷（0.5 学时）

（三）小组提交本组的谈判方案，并设计问卷。

## **六、考核或评价标准**

（一）结果考核（占 60%）：

1. 每小组提交谈判方案。
2. 谈判方案的合理性以及问卷设计的科学性。

（二）过程考核（占 40%）：

- 1、实训表现（参与程度、小组合作的团队协调性、收集分析资料的主动性等等）；
2. 纪律、考勤。

## 实训项目四：谈判游戏——开局气氛调节

### 一、实训目标

- 1、培养初步运用幽默感来进行开局气氛的调节
- 2、理论联系实际训练学生对商务谈判开局的正确认识，能够正确理解商务谈判开局的重要性。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 将全班同学分成小组，平均每一个小组为 7-8 人，轮流 2-3 人进行自由讨论，其他同学围观并做好分数统计。
2. 游戏参加者自由讨论，任何话题都可以，也可以中间转换话题。
3. 能用幽默的语言将其他人逗笑的游戏参加者得分，说完后造成冷场的扣分，出现争论的酌情扣分。
4. 最后由组长进行分数统计，得分最高者获胜。

### 三、背景知识

通过实训，增强学生对商务谈判的基础知识的理解和感性认识，使学生掌握商务谈判的基本知识、基本概念和基本方法，使学生能分析和运用商务谈判的相关知识，即根据实际工作情况有分析地把这些知识运用于工作中，从而提高学生发现问题、分析问题和解决问题的实践能力。

### 四、实训工具与设备

1. 教师准备：课件
2. 学生准备：笔、纸、PPT
3. 环境设备准备：多媒体教室

### 五、实训步骤、内容及学时

1. 7-8 人为一组。
2. 轮流 2-3 人进行讨论，其他同学围观做分数登记。
3. 根据讨论结果，写一篇不少于 300 字的感想；感想内容为谈判语言的魅力。

### 六、考核或评价标准

结果考核（占 50%）：

以小组为单位上交实训成果。

过程考核（占 50%）：实训表现（参与程度、发言的积极性、小组合作的团队协调性、收集分析资料的主动性等等）；纪律、考勤

## 实训项目五：谈判游戏——现场买卖谈判

### 一、实训目标

- 1、体会现场买卖谈判的单双赢；
- 2、加深学生对商务谈判的认识并学会运用所学的知识。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 游戏开始前，游戏参加者每人准备一些东西，可以是旧的，也可以是新的。然后，对自己准备的东西进行估价，并写下来。
2. 假设有 3 人参加游戏，其中 A 扮演售货员，B 与 C 扮演顾客。把大家准备的东西和对东西估价交给 A，A 在每个物品估价的基础上适当加一些价，并做成标签贴到物品上。（如有 4 人，如此类推）
3. 将所有物品摆放到桌子上，开始进行模拟交易，用扑克牌充当货币。
4. 要求 B 与 C 不能买自己提供的物品，只能买另外两人提供的物品。
5. 游戏中，A 要尽量卖出高于估价的价格，B 与 C 之间不能互相告诉对方自己提供物品的估价，并尽量买到与估价相等或者低于估价的物品。
6. 交易完成后，将大家最初的估价拿出来和真实的成交价格对比，看看赢家是谁。

### 三、背景知识

1. 报价的原则。
2. 讨价还价。
3. 僵局和冲突的调解

### 四、实训工具与设备

1. 教师准备：课件
2. 学生准备：笔、纸、扑克牌、物品等
3. 环境设备准备：多媒体教室

### 五、实训步骤、内容及学时

1. 3-4 人为一组。

2. 游戏开始前，游戏参加者每人准备一些东西，可以是旧的，也可以是新的。然后，对自己准备的东西进行估价，并写下来。

3. 假设有 3 人参加游戏，其中 A 扮演售货员，B 与 C 扮演顾客。把大家准备的东西和对东西估价交给 A，A 在每个物品估价的基础上适当加一些价，并做成标签贴到物品上。（如有 4 人，如此类推）

4. 将所有物品摆放到桌子上，开始进行模拟交易，用扑克牌充当货币。

5. 要求 B 与 C 不能买自己提供的物品，只能买另外两人提供的物品。

6. 游戏中，A 要尽量卖出高于估价的价格，B 与 C 之间不能互相告诉对方自己提供物品的估价，并尽量买到与估价相等或者低于估价的物品。

7. 交易完成后，将大家最初的估价拿出来和真实的成交价格对比，看看赢家是谁。

8. 写一篇不少于 300 字的感想，内容为参与此次实训的感受（成功与不足等）。

实训内容：现场买卖谈判

## **六、考核或评价标准**

结果考核（占 50%）：

以小组为单位上交实训成果。

过程考核（占 50%）：实训表现（参与程度、发言的积极性、小组合作的团队协调性、收集分析资料的主动性等等）；纪律、考勤

## 实训项目六：商务谈判辩论实训

### 一、实训目标

1. 了解谈判各阶段谈判的主要特点；
2. 掌握签约前和签约中谈判的主要方法；
3. 能结合实际需要灵活运用谈判的方法。

### 二、项目（实训）中的具体任务

能够运用各阶段谈判的主要磋商辩论的技巧与方法，在各阶段谈判中灵活运用有关的技巧。

### 三、背景知识

商务谈判中，需要双方运用有关语言进行一轮轮辩论，在辩论中需要双方运用有关的语言技巧，结合谈判议题的需要，针锋相对、据理力争，同时在辩论中需要具备一定的表达能力，能够充分地表达己方观点，让对方准确理解。

### 四、实训工具与设备

1. 教师准备：课件
2. 学生准备辩论所需要的有关资料
3. 环境设备准备：多媒体教室

### 五、实训步骤、内容及学时

#### （一）各阶段谈判辩论的主要知识点

1. 签约前到签约后各阶段谈判的原因及其特点
2. 各阶段谈判的方法与技巧

#### （二）布置任务，各小组完成谈判合同的拟定

1. 描述任务并做简要说明：已经寻找到相关产品供应商，双方对产品的供应条件基本达成一致，请根据你们小组的所选择产品的供应谈判情况，完成拟定谈判合同实训任务。（0.5 学时）

2. 各小组进行分工角色扮演，充当供应方角色的小组与采购方角色小组就合同主要议题展开辩论；（1 学时）

3. 辩论最终以各辩论小组对主要议题辩论是否能够达成对双方有利的条款。

(三) 小组总结辩论中的得失。(0.5 学时)

## **六、考核或评价标准**

(一) 结果考核 (占 60%):

1. 每小组辩论中对谈判技巧的掌握程度。
2. 辩论是否能够最终达成对双方都有利的条款。

(二) 过程考核 (占 40%):

1、实训表现 (参与程度、小组合作的团队协调性、收集分析资料的主动性等等);

2. 纪律、考勤

# 实训项目七：拟定商务谈判合同

## 一、实训目标

1. 了解谈判合同的作用；2. 掌握谈判合同主要条款及其内容；3. 理解谈判合同的有效性及其制定原则。

## 二、项目（实训）中的具体任务

熟悉谈判合同的主要条款及其内容，能够根据模拟项目的实际要求在参考合同范文的基础上，拟定谈判合同的主要条款。

## 三、背景知识

贸易谈判合同的主要内容包括：标的、数量和质量、价款或酬金、行的期限、地点和方式、违约责任、解决争议的办法。

## 四、实训工具与设备

1. 教师准备：课件
2. 学生准备课本以及自备手机
3. 环境设备准备：多媒体教室

## 五、实训步骤、内容及学时

### （一）谈判合同的基本知识

1. 谈判合同的主要条款及其内容
2. 谈判合同主要条款制定的注意事项

### （二）布置任务，各小组完成谈判合同的拟定

1. 描述任务并做简要说明：已经寻找到相关产品供应商，双方对产品的供应条件基本达成一致，请根据你们小组的所选择产品的供应谈判情况，完成拟定谈判合同实训任务。（0.5 学时）

2. 小组讨论与分工明确谈判合同所涉及的主要条款，这些条款包括哪些内容；（0.5 学时）

3. 参考范文的格式，拟定主要的谈判合同条款与内容。（1 学时）

### （三）小组提交本组的谈判合同。

## 六、考核或评价标准

(一) 结果考核 (占 60%):

1. 每小组提交谈判合同, 合同内容只需要主要条款即可。
2. 谈判合同条款及其内容是否明确具体, 且具有可操作性。

(二) 过程考核 (占 40%):

- 1、实训表现 (参与程度、小组合作的团队协调性、收集分析资料的主动性等等);
2. 纪律、考勤

## 实训项目八：项目谈判模拟实训

### 一、实训目标

1. 了解谈判各阶段谈判的技巧与方法；
2. 掌握项目谈判的基本流程以及谈判的组织过程；
3. 掌握谈判磋商阶段的基本策略及其运用。

### 二、项目（实训）中的具体任务

对谈判过程有比较深刻的理解，能够结合具体项目的谈判要求开展现场谈判模拟。

### 三、背景知识

采购商品作为买方，与卖方厂商对购销业务有关事项，如商品的品种、规格、技术标准、质量保证、订购数量、包装要求、售后服务、价格、交货日期与地点、运输方式、付款条件等进行反复磋商，谋求达成协议，建立双方都满意的购销关系。采购谈判的程序可分为计划和准备阶段、开局阶段、正式洽谈阶段和成交阶段。

### 四、实训工具与设备

1. 教师准备：课件
2. 学生准备辩论所需要的有关资料
3. 环境设备准备：多媒体教室

### 五、实训步骤、内容及学时

#### （一）布置任务（0.5学时）

1. 说明模拟谈判项目的背景，一家电商企业线上销售服装，现与一家知名服装企业谈判商谈服装产品的供应。

2. 任务要求：学生分组（每组3-4人）分别以供应商和电商企业作为谈判角色，进行模拟谈判，划定角色后学生分头准备谈判资料，并准备开展模拟现场谈判。

#### （二）谈判准备阶段（1.5学时）

1. 谈判方案准备，研究对手资料，本小组制定谈判的基本策略和方案为谈判

开始准备。

2. 各小组进行分工角色分工，研究服装产品供应中需要解决的问题，明确谈判中己方的基本要求；

3. 经过小组讨论，明确需要与对方讨论的基本问题；

4. 谈判现场的布置以及现场谈判开局、明确磋商及终结策略及技巧的运用。

(三) 模拟项目现场谈判 (2 学时)

1. 分小组模拟供应商和采购商（电商企业）布置谈判现场；

2. 双方开展正式谈判，谈判过程应该包括开局的介绍、话题引入、正式磋商、让步、促成成交、终结等过程，在不同过程能够运用不同策略与技巧；

3. 双方终结谈判后，就后续事宜初步交流。

## 六、考核或评价标准

(一) 结果考核（占 60%）：

1. 每小组辩论中对谈判技巧的掌握程度。

2. 模拟项目谈判中是否能够运用不同谈判的策略与技巧。

(二) 过程考核（占 40%）：

1、实训表现（参与程度、小组合作的团队协调性、收集分析资料的主动性等等）；

2. 纪律、考勤

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	22 电子商务 1 班
课    程:	市场营销实务
制    定    人:	周倩
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	8 (第 3 周至第 17 周内安排) (第 3、6、7、9、10、13、14、15 周)
实训总学时:	16
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训项目一：市场营销组织 .....	1
实训项目二：行业环境分析 .....	3
实训项目三：购买行为分析 .....	6
实训项目四：市场细分 .....	8
实训项目五：市场定位 .....	11
实训项目六：产品策略 .....	13
实训项目七：促销策略 .....	15

# 实训项目一：市场营销组织

## 一、实训目标

知识目标：

1. 了解市场营销组织的类型；
2. 掌握市场营销的职能与人员要求；
3. 掌握市场营销管理的任务。

能力目标：

能根据营销目标设计合适的营销组织，分配营销管理任务，匹配工作人员，形成相应的营销职能。

## 二、项目（实训）中的具体任务

1. 市场营销组织的类型；
2. 市场营销的职能及人员要求；
3. 市场营销管理的任务。

## 三、背景知识

1. 市场营销组织的类型、职能；
2. 市场营销管理的任务。

## 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

## 五、实训步骤、内容及学时

实训内容：

1. 收集不同类型行业的营销组织的资料。
2. 分析每个企业的营销组织结构的形成背景及特征。
3. 分析影响营销设计的因素。
4. 根据本小组的营销目标及环境情况，设计适合自身需要的营销组织。
5. 形成营销组织设计的分析报告。

实训步骤：

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展

示。

2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问,并提出相应的修改意见。

3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。

4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时:** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准: (100 分)

- (1) 分析的内容是否完整、科学 (40 分)
- (2) 营销组织结构与环境因素、目标是否相配。 (10 分)
- (3) 分析是否有独特视角。 (20 分)
- (4) 发言代表口头表达是否顺畅,仪态是否大方得体。 (10 分)
- (5) PPT 制作水平。 (10 分)
- (6) 回答问题的水平。 (10 分)

## 实训项目二：行业环境分析

### 一、实训目标

掌握分析背景行业的方法和流程。能够运用一定的方法，按照基本流程对背景行业环境进行分析。

#### 知识目标：

1. 掌握微观营销环境构成；
2. 掌握中观营销环境构成；
3. 掌握宏观营销环境构成。

#### 能力目标：

能区分营销环境各构成因素对快递业的影响，并领悟影响的传递机制。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 人口因素分析；
2. 经济因素分析；
3. 政治法律因素分析；
4. 自然环境因素分析；
5. 社会文化因素分析；
6. 技术因素分析。

### 三、背景知识

1. 微观营销环境；
2. 中观营销环境；
3. 宏观营销环境。

### 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训内容：

1. 分析人口因素。主要分析人口规模及其增长速度、人口年龄结构、民族构

成、受教育程度、家庭结构等因素。

2. 各项目组分析上述人口因素对自己选择的背景行业有什么影响。

3. 分析经济因素。主要分析国家贸易体系与国际金融体系、社会购买力、消费者收入水平和消费结构。

4. 各项目组分析上述经济因素对自己选择的背景行业有什么影响。

5. 分析政治法律因素。主要分析政治稳定性、民族问题、公众利益集团、对企业管理的大量立法等。

6. 各项目组分析上述政治法律因素对自己选择的背景行业有什么影响。

7. 分析自然环境因素。主要分析原材料、能源、环境污染等自然物质环境。

8. 各项目组分析上述自然环境因素对自己选择的背景行业有什么影响。

9. 分析社会文化因素。主要分析社会文化、亚文化等因素。

10. 各项目组分析上述社会文化环境因素对自己选择的背景行业有什么影响。

11. 分析技术因素。主要分析技术给企业营销带来的主要影响。

12. 各项目组分析上述技术因素对自己选择的背景行业有什么影响。

13. 形成背景行业环境分析报告。

#### **实训步骤：**

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展示。

2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问，并提出相应的修改意见。

3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。

4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准：（100 分）

（1）方案的内容是否完整、科学。（40 分）

（2）方案是否可行。（10 分）

（3）方案是否有创意。（20 分）

- (4) 发言代表口头表达是否顺畅，仪态是否大方得体。（10 分）
- (5) PPT 制作水平。（10 分）
- (6) 回答问题的水平。（10 分）

## 实训项目三：购买行为分析

### 一、实训目标

掌握购买者行为过程，特别是消费者市场购买行为过程，能根据购买者行为的特点、过程等因素对背景行业的影响，领悟并能分析其影响的传递机制。

#### 知识目标：

1. 掌握消费者市场购买行为分析；
2. 掌握组织市场购买行为分析。

#### 能力目标：

能根据购买者行为的特点、过程等因素对快递业的影响，领悟并能分析其影响的传递机制。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 消费者市场购买行为特点及过程；
2. 组织市场购买行为特点及过程。

### 三、背景知识

1. 消费者市场购买行为；
2. 组织市场购买行为。

### 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训内容：

1. 分析日常消费品的特点。
2. 以自己亲身购物为例，写出产生购买需求到最终消费的全过程。
3. 理清消费者购买的行为过程及其影响因素。
4. 分析生产企业购买原材料市场的特点。
5. 分析生产企业购买原材料的全过程。
6. 形成购买者购买行为分析报告。

### **实训步骤：**

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展示。
2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问，并提出相应的修改意见。
3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。
4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准：（100 分）

- （1）方案的内容是否完整、科学。（40 分）
- （2）分析过程是否合理。（10 分）
- （3）分析视角是否有独特性。（20 分）
- （4）发言代表口头表达是否顺畅，仪态是否大方得体。（10 分）
- （5）PPT 制作水平。（10 分）
- （6）回答问题的水平。（10 分）

## 实训项目四：市场细分

### 一、实训目标

通过实训，要求学生学会按照地理因素、人口因素、心理因素、行为因素对背景企业市场进行细分。

#### 知识目标：

1. 掌握市场细分的标准；
2. 掌握市场细分的方法与程序；
3. 理解市场细分的原则。

#### 能力目标：

能运用市场细分的标准对背景行业市场进行细分。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 学会按照地理因素进行顾客细分。
2. 学会按照人口因素进行顾客细分。
3. 学会按照心理因素进行顾客细分。
4. 学会按照行为因素进行顾客细分。

### 三、背景知识

1. 市场细分的标准；
2. 市场细分的方法与程序；
3. 市场细分的原则。

### 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训内容：

1. 将背景行业的市场按照国家分成不同的地理区域单位。
2. 将背景行业的市场按照地区分成不同的地理区域单位。
3. 将背景行业的市场按照城乡分成不同的地理区域单位。
4. 将背景行业的市场按照城市规模分成不同的地理区域单位。

5. 将背景行业的市场按照气候分成不同的地理区域单位。
6. 将背景行业的市场按照人口密度分成不同的地理区域单位。
7. 将背景行业的市场按照人口年龄结构划分。
8. 将背景行业的市场按照人口数量划分。
9. 将背景行业的市场按照家庭结构划分。
10. 将背景行业的市场按照家庭结构划分。
11. 将背景行业的市场按照职业划分。
12. 将背景行业的市场按照性别划分。
13. 将背景行业的市场按照收入划分。
14. 将背景行业的市场按照受教育程度划分。
15. 将背景行业的市场按照种族划分。
16. 将背景行业的市场按照宗教划分。
17. 将两种以上的细分因素组合后再划分市场。
18. 将背景行业的消费者按照所处社会阶层划分。
19. 将背景行业的消费者按照个性划分。
20. 将背景行业的消费者按照生活方式划分。
21. 将背景行业的消费者按照进入市场的程度划分。
22. 将背景行业的消费者按照使用频率的高低划分。
23. 将背景行业的消费者按照对产品品牌的偏好程度划分。
24. 形成市场细分报告。

#### **实训步骤：**

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展示。
2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问，并提出相应的修改意见。
3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。
4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准：（100 分）

- （1）市场细分标准、方法和程序是否完整、科学。（40 分）
- （2）市场细分过程是否合理。（10 分）
- （3）市场细分的方法是否有独特性。（20 分）
- （4）发言代表口头表达是否顺畅，仪态是否大方得体。（10 分）
- （5）PPT 制作水平。（10 分）
- （6）回答问题的水平。（10 分）

## 实训项目五：市场定位

### 一、实训目标

通过实训，要求学生能够知晓背景行业的主要目标市场，并分析各主要目标市场的特征，确定产品定位和企业定位策略。

#### 知识目标：

1. 掌握市场定位的方法；
2. 掌握市场定位的过程；
3. 理解市场定位的策略。

#### 能力目标：

能根据目标市场顾客的特点及其竞争对手的定位策略，对企业自选的目标市场进行定位。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 背景行业主要目标市场分析；
2. 确定各项目组选择产品的定位；
3. 确定背景企业定位策略。

### 三、背景知识

1. 市场定位的方法；
2. 市场定位的过程；
3. 市场定位的策略。

### 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训内容：

1. 列出各项目组的背景企业想要进入的主要目标市场。
2. 列出目标市场的欲望、需求等特征。
3. 分析各主要目标市场的特征。
4. 确定背景企业在产品、服务、人员、形象等方面与竞争者的差别化。

5. 准确选择背景企业的相对竞争优势。
6. 分析背景企业在目标市场中的地位。
7. 根据背景企业在目标市场中的地位，选择市场定位策略。
8. 各项目小组根据背景企业采用的不同定位策略，进一步进行具体策略和方法选择。
9. 形成市场定位报告。

#### **实训步骤：**

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展示。
2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问，并提出相应的修改意见。
3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。
4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准：（100 分）

- （1）市场定位是否完整、科学。（40 分）
- （2）市场定位标准是否合理。（10 分）
- （3）定位策略是否有独特性。（20 分）
- （4）发言代表口头表达是否顺畅，仪态是否大方得体。（10 分）
- （5）PPT 制作水平。（10 分）
- （6）回答问题的水平。（10 分）

## 实训项目六：产品策略

### 一、实训目标

通过实训，要求学生能够为背景企业选择品牌策略，决定包装定位，选择包装策略；能够在掌握新产品构思方法的基础上，为背景企业进行新产品开发创意。

#### 知识目标：

1. 掌握产品整体概念；
2. 掌握产品组合策略；
3. 掌握产品生命周期；
4. 掌握产品的品牌和包装；
5. 理解新产品开发。

#### 能力目标：

能进行新产品开发创意活动，能为企业品牌建设提供建议。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 背景企业产品品牌策划；
2. 背景企业产品包装策划；
3. 背景企业新产品开发创意。

### 三、背景知识

1. 产品整体概念；
2. 产品组合策略；
3. 产品生命周期；
4. 产品的品牌和包装；
5. 新产品开发。

### 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训内容：

1. 决定背景企业的品牌化决策，即是否实行品牌化。
2. 决定背景企业的品牌使用者决策，即决定使用谁的品牌。

3. 为背景企业选择品牌名称，即家族品牌决策。
4. 为背景企业的新产品确定新品牌。
5. 为背景企业进行品牌再定位。
6. 决定背景企业产品包装的主要功能。
7. 决定背景企业产品的包装定位，即根据产品品牌形象、产品定位、企业形象决定包装设计和包装材料选择。
8. 选择包装策略。
9. 将项目小组变换为新产品开发组织。
10. 根据背景企业情况，确定建立何种产品开发组织。
11. 开发人员进行新产品构思。
12. 小组成员根据对新产品构思进行筛选与评判。
13. 用文字、图像、模型等将构思转化为新产品概念。
14. 选择最有潜力的产品概念。
15. 形成产品策略分析报告。

#### **实训步骤：**

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展示。
2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问，并提出相应意见。
3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。
4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准：（100 分）

- （1）产品组合策略是否完整、科学。（40 分）
- （2）产品生命周期分析是否合理。（10 分）
- （3）品牌设计是否有独特性。（20 分）
- （4）发言代表口头表达是否顺畅，仪态是否大方得体。（10 分）
- （5）PPT 制作水平。（10 分）
- （6）回答问题的水平。（10 分）

## 实训项目七：促销策略

### 一、实训目标

通过实训，要求学生能够依据一定的广告表现形式及主题，为背景企业创作广告脚本，选择广告媒体，评价广告效果。

#### 知识目标：

1. 掌握广告促销的基本内容；
2. 掌握广告媒体选择。

#### 能力目标：

能根据企业所处环境、企业和产品特点设计和选择广告媒体及传播方式。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 背景企业广告内容创意；
2. 背景企业广告媒体选择；
3. 背景企业广告效果评价。

### 三、背景知识

1. 广告的基本内容；
2. 广告媒体选择。

### 四、实训工具与设备

计算机、投影仪、麦克风、纸笔、超星 APP、教材等。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训内容：

1. 根据背景企业目标市场情况及市场定位设定广告目标。
2. 确定广告要向消费者诉求什么？向哪些消费者诉求？产品的特性是什么？
3. 确定广告表现形式。
4. 决定广告信息的表达形式。
5. 为背景企业创作广告脚本。

6. 评价各种媒体在覆盖范围、频率和影响等方面的特性。
7. 决定背景企业广告的媒体组合。
8. 决定背景企业广告的媒体传播时序。
9. 评价背景企业广告的沟通效果。
10. 评价背景企业广告的销售效果。
11. 形成广告策略分析报告。

#### **实训步骤：**

1. 各小组派代表上台上述本小组的实训成果进行汇报，最好用 PPT 形式展示。
2. 其他小组成员和任课教师对演示小组报告进行提问，并提出相应意见。
3. 各小组根据老师和同学所提意见进行报告的修改。
4. 上交修改后的实训成果。

**实训学时：** 4 学时

## **六、考核或评价标准**

评分标准：（100 分）

- （1）广告媒体选择是否完整、科学。（40 分）
- （2）广告形式是否合理。（10 分）
- （3）广告创意是否有独特性。（20 分）
- （4）发言代表口头表达是否顺畅，仪态是否大方得体。（10 分）
- （5）PPT 制作水平。（10 分）
- （6）回答问题的水平。（10 分）

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	数智经济贸易学院
专    业:	电子商务
课    程:	搜索引擎优化（SEO）
制    定    人:	汤秋婷
实训周(次)学时:	2 节
实训周(次)数:	8(第 1 周至第 18 周内安排)
实训总学时:	16 学时
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训项目 1	关键字优化 .....	- 1 -
实训项目 2	关键词优化 .....	- 7 -
实训项目 3	网站结构优化 .....	错误! 未定义书签。
实训项目 4	网站页面优化 .....	错误! 未定义书签。
实训项目 5	网页内容优化 .....	错误! 未定义书签。
实训项目 6	链接优化策略 .....	错误! 未定义书签。
实训项目 7	原创内容 .....	- 15 -
实训项目 8	SEO 分析工具 .....	- 17 -

# 实训项目 1 关键词优化

## 一、实训目标

在搜索引擎中通过关键词搜索、Intitle 指令查找分析关键词竞争度。

## 二、实训任务

- 1、掌握选择关键的原则；
- 2、根据案例对某网站进行分析，注重关键词的竞争度判断分析；

## 三、背景知识

关键词（keywords）特指单个媒体在制作使用索引时，所用到的词汇。而我们这里所说的关键词指的是搜索引擎通过正排索引分析每一个页面所得的词语。当用户在搜索引擎中搜索某一个词（我们称之为搜索词）的时候，搜索引擎为大家展示的搜索结果中的每一个页面中即包含此搜索词或相关词（我们称之为关键词）。通俗讲，用户搜索的词语我们称为搜索词，而搜索词一旦被搜索引擎认为和某一个页面相关，从网站页面的角度来讲，此搜索词即为页面的关键词。优化关键词的主要工作包括：关键词的分类及原则、关键词竞争度判断分析。

## 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

## 五、实训步骤及内容

一、打开教师提前设置的网站关键词设置的案例，进行以下操作：

- 1、根据所学知识，带着问题对案例进行阅读分析
- 2、使用至少 3 种搜索引擎搜索与案例相关的关键词
- 3、分析每个搜索引擎搜索出来的搜索结果数

二、使用工具（思维导图）罗列出案例中的网站设置不正确的地方，以及分析网站关键词设置需要优化的地方。

## 实训项目 2 关键字优化

### 一、实训目标

掌握关键字布局。

### 二、实训任务

通过使用站长工具，掌握各种关键字优化技巧。

### 三、背景知识

关键词优化是指把网站里面的关键词进行选词和排版的优化达到优化网站排名的效果。搜索引擎中相关关键词的排名中占据有利的位置。在国外，SEO 已经是比较成熟的行业，而在国内还尚处于起步和发展阶段。

关键词可分：核心关键词、精准词、高转化率词、拓展词、黑马词、竞品词、长尾关键词、提问词等。

关键词布局：

首页—核心关键词

栏目页—二级关键词

文章页—长尾关键词

### 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

### 五、实训步骤及内容

打开站长词库 <http://ciku.chinaz.com> 进行以下操作：

#### 1、了解关键词分类

查看站长词库标签页，了解常用的关键词分类

站长推荐 > 广州 seo 电影 手游 购物 医疗健康 小吃 女装

---

生活百科 > 房地产 风俗 旅游 彩票 礼品 汽车 服饰 环保 手机 婚恋  
 快递物流 宠物 购物 外卖

---

饮食 > 美食 小吃 茶叶 特色菜 西餐 水果 水产 食谱

---

影视 > 电影 电视剧 动漫 明星 综艺 纪录片 摄影

## 2、了解每日热点词

切换到每日热点词标签页，了解各大搜索即时热点词

每日热点词	百度风云榜	微博热搜	搜狗热搜	新浪热搜	
2018-03-13热点词	关键词			核心词	发现时间 链接
2018-03-12热点词	吃牛排嚼食窒息			牛排 嚼食 窒息	2018-03-11 20:10
2018-03-11热点词	跳水施廷懋夺冠			施廷懋 跳水 夺冠	2018-03-11 19:40
2018-03-10热点词	新疆拜城3.4地震			地震 新疆 拜城	2018-03-11 19:30
2018-03-08热点词	鲁能球迷看台求婚			球迷 鲁能 看台	2018-03-11 19:30
2018-03-07热点词					

## 3、学会长尾词挖掘

切换到长尾关键词挖掘标签页，输入任意关键词，例如“书包”，查看并分析挖掘结果。

查询共有 85210 个结果,指数词 364 个,非指数词 84846 个 导出关键词

关键词	全网指数	长尾词数	竞价公司数	预估流量(IP)	网站首位
书包网	173725	47036	1	112921 ~ 191097	www.bookbao.cc 书包网TXT电子书免费下载,TXT合集打包下载,全集小说下载,apk小说...
书包	54718	77053	13	35566 ~ 60189	image.baidu.com 书包_百度图片
第二书包网	11565	224	0	7517 ~ 12721	zhuanti.xilu.com 【扭曲的人生】扭曲的人生 书包网_扭曲的人生txt下载_类似扭曲的...
小书包	5422	5459	8	3524 ~ 5964	image.baidu.com 小书包_百度图片
书包网辣文	4271	0	0	2776 ~ 4698	www.shubaol.com 新第三书包网_h文_辣文_h文小兔高纯度h文_书包网高辣文
第二书包	3594	268	0	2336 ~ 3953	www.lashu8.com TXT电子书小说下载免费共享 第二书包网
书包网下载	1496	1295	0	972 ~ 1645	www.bookbao.cc 书包网TXT电子书免费下载,TXT合集打包下载,全集小说下载,apk小说...

## 4、学会分词工具的运用

切换到关键词分词标签页，输入任意关键词，查看分词结果。



## 5、掌握关键词权重分析

切换到关键词权重分析标签页，输入句子、段落或一小篇文章，点分析，查看分析结果。

## 6、掌握长尾关键词的生成

切换到长尾词生成标签页，根据提示，用 4 种不同的生成规则各生成一个长尾关键词

## 7、查询关键词排名

打开关键词排名查询 <http://tool.chinaz.com/kws/>，输入关键词“SEO”，地址输入“seowhy.com”查询此网站的“seo”关键词排名情况。

## 8、查询关键词指数

打开关键词排名查询 <http://index.chinaz.com/?words=seo>，输入关键词“SEO”，分别查看分网指数和竞价情况。



注：多个关键词用逗号隔开,最多5个关键词。查询更多请点击 [关键词指数批量查询](#)

关键词	全网指数	PC搜索指数	移动搜索指数	360指数	搜狗PC指数	搜狗移
seo	181,077 8499	1410 6	1184 18	386 14	122,122 6940	53,69 1781

关键词全国竞价汇总 查看关键词优化 [导出数据](#)

百度PC 百度移动 360PC 360移动 神马
赞助商广告 QQ:1751691323

**达内seo培训，真实网站优化，培养SEO大咖!**

达内资深seo培训，人手一SEO优化网站，名企项目实战优化，90天速成SEO大咖达内seo培训，上市公司出品，培养懂营销，会策划，精技术，善实战的SEO人才!

so.tedu.cn

所在地区：陕西西安 赞助商：天互数据 ●●●西北第一

---

**百度云加速，百度官方免费搜索优化工具**

百度出品免费CDN，让你的网站响应速度更快，帮你抵抗各类网络攻击，还让网页收录更快!百度云加速，让搜索引擎优化更简单!

## 9、关键词优化分析

打开关键词优化分析 <http://tool.chinaz.com/kwevaluate?kw=SEO>，输入关键词“SEO”，查看关键词 seo 的分析结果。

关键词 seo 的分析结果

长尾关键词						指数	收录量	首页网站(前50名)
seo是什么意思						2594	1200万	44
重庆育为seo								
seo查询								
排名前10网站分析						竞价网站数量	优化难度	优化估价(仅供参考)
权重>=4	首页	内页或目录页	权重<=4	首页	内页或目录页	0(竞价量时刻在变化)	竞争度 <span style="background-color: red; color: white;">高难度</span>	12000-40000元/年
8个	7个	1个	2个	2个	0个			

## 六、考核或评价标准

- 1、懂得运用站长工具进行各种关键词分析（80分）
- 2、理解关键字布局知识（20分）

## 实训项目 3 网站结构优化

### 一、实训目标

学习网页结构优化相关知识。

### 二、实训任务

- 1、 阅读《百度搜索引擎优化指南 2.0》关于网站结构优化部分内容；
- 2、 制作一个三层树状结构的简易网站。

### 三、背景知识

网站应该有清晰的结构和明晰的导航，这能帮助用户快速从你的网站中找到自己需要的内容，也可以帮助搜索引擎快速理解网站中每一个网页所处的结构层次。

网站结构建议采用树型结构，树型结构通常分为以下三个层次：首页——频道——文章页。象一棵大树一样，首先有一个树干（首页），然后再是树枝（频道），最后是树叶（普通内容页）。树型结构的扩展性更强，网站内容变多时，可以通过细分树枝（频道）来轻松应对。

理想的网站结构应该是更扁平一些，从首页到内容页的层次尽量少，这样搜索引擎处理起来，会更简单。

同时，网站也应该是一个网状结构，网站上每个网页都应该有指向上、下级网页以及相关内容的链接：首页有到频道页的链接，频道页有到首页和普通内容页的链接、普通内容页有到上级频道以及首页的链接、内容相关的网页间互相有链接。

网站中每一个网页，都应该是网站结构的一部分，都应该能通过其他网页链接到。

总结一下，合理的网站结构应该是一个扁平的树型网状结构。我们建议：

确保每个页面都可以通过至少一个文本链接到达。重要的内容，应该能从首页或

者网站结构中比较浅的层次访问到。合理分类网站上的内容，不要过度细分。

## 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

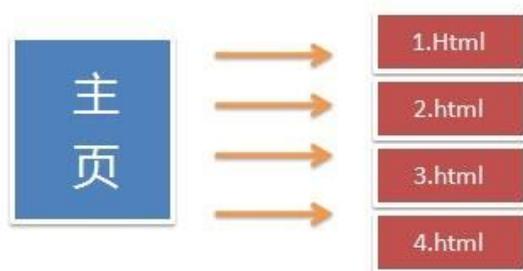
## 五、实训步骤及内容

1、阅读《百度搜索引擎优化指南 2.0》

(<http://developer.baidu.com/resources/online/doc/seo/search-engine-optimization-guide.html>)

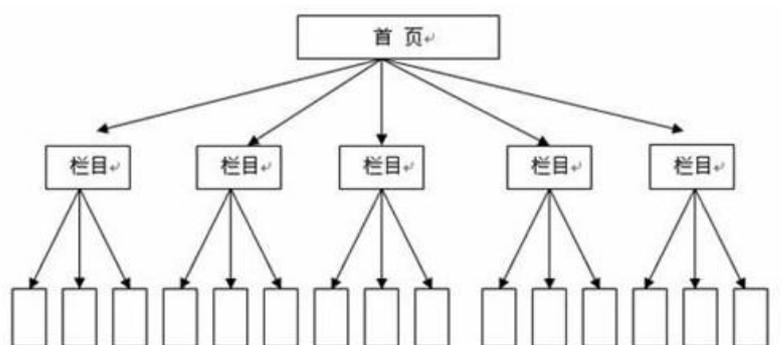
关于网站结构优化部分内容；

2、使用 DW 制作如下图所示 2 层结构网站；



扁平式网站结构图

3、使用 DW 制作如下图所示 3 层结构网站。



## 实训项目 4 网站页面优化

### 一、实训目标

掌握正文内容优化、H 标签优化以及图片优化相关知识。

### 二、实训任务

#### 1、正文内容优化

关键词密度设置以及优化分析

正文前 100 个字需要设置的内容优化

关键词的组合与拆分操作

#### 2、H 标签优化操作；H 标签的权重以及应用操作实训

#### 3、图片优化

请编辑图片 Img390014733. jpg，要求图片小于 50kb，图片按比例更改尺寸，修改宽度等于 450px。

优化图片名称，插入关键词；优化图片描述，加入 alt 标签并插入关键词；

图片简单编辑；懂得在代码层面进行图片优化

### 三、背景知识

图片优化包括以下两部分：

#### 1、图片描述：

向搜索引擎主动提供图片所蕴含的信息。

#### 2、图片优化：

降低图片的体积，加快页面显示速度

### 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

### 五、实训步骤及内容

1、请编辑图片 Img390014733. jpg，要求图片小于 50kb，图片按比例更改尺寸，修改宽度等于 450px。

2、优化图片名称，插入关键词；

3、优化图片描述，加入 alt 标签并插入关键词。

## 实训项目 5 网页内容优化

### 一、实训目标

掌握网页内容优化相关知识。

### 四、实训任务

- 1 清理垃圾代码；
- 2 正确使用 HTML 标签；
- 3 针对 CSS 进行优化、针对 JAVAscript 进行优化；

### 五、背景知识

规范化的 Html 代码对一个网站有诸多好处，比如：改版方便、代码容易维护、代码量小、网站打开速度快、适合更多人群阅读等，这里就不一一列举。单从 seo 优化的角度看，规范化的 Html 代码更有利用搜索引擎排名。但是很多站长却没有认识到这一点，影响网站在搜索引擎上的排名。

代码优化的主要工作包括：精简代码、头部优化、权重标签等。

### 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

### 五、实训步骤及内容

一、使用代码模式打开 showching 里的 index.html，进行以下操作：

- 1 清除代码行后面的空格（使用 dreamweaver 的批量替换功能）
- 2 清除代码中的空行
- 3 清除代码中的注释
- 4 清除空标签（使用 dreamweaver 的清理 XHTML 标签功能）
- 5 为 index.html 添加关键词和网页描述代码

```
<meta name="description" content="这里填写网页描述内容，80 字左右" />
```

```
<meta content="这里填写网页关键词，关键词之间使用英文逗号分隔，5 个关键词左右" name="keywords"/>
```

二、使用 CSS 在线优化工具（<http://www.mb5u.com/tool/cssjianfei/>）对 css 里的 style.css 文件进行压缩，4 种压缩方案都试一遍。

## 实训项目 6 链接优化策略

### 一、实训目标

掌握 URL 优化相关知识。

### 六、实训任务

- 1、上网收集至少 10 种 URL，观察其结构组成；
- 2、通过万网查询未注册域名，了解域名交易
- 3、了解域名的组成，长度等
- 4、了解静态域名和动态域名
- 5、对域名进行 SEO 优化

### 七、背景知识

#### 一、URL 介绍

- a) URL: Uniform Resource Locator (译为统一资源定位器)
- b) url (http://www.163.com), 域名 (163.com), 顶级域名 (.com)
- c) 常见的顶级域名:
  - i. com(商业)
  - ii. net (网络)
  - iii. org (组织协会)
  - iv. edu (教育)
  - v. gov (政府)

#### 二、URL 优化

- a) 选择合适的关键字为 URL 各组成部分命名——提高页面的相关性
- b) 两种形式：英文（需要分隔符-）和拼音（不需要分隔符）
- c) 分隔符:
  - i. 下划线\_不能作为域名的分隔符
  - ii. 中横线可以作为域名分隔符
  - iii. Inurl: 查询的内容必须在 url 里面出现
  - iv. 下划线\_可以作为 url 的分隔符

- v. 中横线-可以作为 url 的分隔符
- d) 三种形式的域名哪种好（全拼、拼音首字母、英文单词）
- e) 左斜杠/（自然分隔符），不能用来命名文件，能突出分隔的部分内容
- f) 中横杠-能把两端内容连为一个整体

### 三、 URL 长度

- a) 机器人喜欢短的 url

### 四、 注册域名时要注意的地方

- a) 选择合适的顶级域名
- b) 不要抢商标

### 五、 URL 静态化

- a) 动态 URL：带查询字符串
- b) 静态 URL：不带查询字符串
- c) 动态网页：WEB 编程语言调用数据库动态生成的网页

## 四、 实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

## 五、 实训步骤及内容

1 上网收集至少 10 种 URL，观察其结构组成，并了解静态域名和动态域名，  
比如：

<http://www.kuqin.com/zhanz/20120907/330216.html>

<https://www.globalmoney.cn/category/task>

<https://wanwang.aliyun.com/nametrade?spm=5176.74069.1001.56.d8abad11LbE03S>

<http://news.sina.com.cn/gov/xlxw/2018-03-29/doc-ifyssmmcl057289.shtml>

.....

2 通过万网查询未注册域名，了解域名交易

打开 <https://wanwang.aliyun.com/>，输入想注册的域名查询，观察查询结果；

dianshang

批量注册 | CN 地方域名查询 | 域名智能推荐 | 白金域名

挑选您喜欢的域名  仅显示可注册域名 筛选 ▾

dianshang.com	已注册	Whois 信息 >
dianshang.xin	议价	立即购买
dianshang.vip	议价	立即购买
dianshang.link	议价	立即购买
dianshang.gov.cn	中国政府机关专属域名, 需提供相关证件资料	¥ 100 / 首年 更多价格 ▾ 加入清单
dianshang.wiki	溢价域名	¥ 718 / 首年 加入清单
dianshang.design	未注册	¥ 69 / 首年 更多价格 ▾ 加入清单

点击已注册域名, 打开 whois 信息, 观察域名注册情况

域名 **dianshang.com** 的注册信息 ?

以下信息获取时间: 2018-03-29 10:08:51 [获取最新信息](#)

所有者 Registrant Name	zhejiangdianshangwangluoyouxiangongsi	
所有者联系邮箱 Registrant E-mail	xyd@eb.com.cn	
注册商 Sponsoring Registrar	22net, Inc.	
注册日期 Registration Date(UTC)	2002年05月30日	
到期日期 Expiration Date(UTC)	2018年05月30日	
	2018年05月30日前, 域名可正常使用。请在2018年05月30日前及时续费延期。	
域名状态 Domain Status	注册商设置禁止删除 ( clientDeleteProhibited ) ?	<a href="https://icann.org/epp#clientDeleteProhibited">https://icann.org/epp#clientDeleteProhibited</a>
	注册商设置禁止转移 ( clientTransferProhibited ) ?	<a href="https://icann.org/epp#clientTransferProhibited">https://icann.org/epp#clientTransferProhibited</a>
DNS服务器 Name Server	DNS1 : F1G1NS1.DNSPOD.NET	

3、打开 <https://wanwang.aliyun.com/nametrade> 通过设置条件，查询想交易的域名。并同时了解域名的组成，长度等

快速搜索：不限 纯数字 2数字 3数字 4数字 5数字 6数字 顺子 | 纯字母 2字母 3字母 4字母 5字母 | 双声 三声 四声 五声 | 单拼  
双拼 三拼 四拼 | 杂米 2杂 3杂

包含：多个关键词用逗号“,”隔开；如a,b,c  搜索简介  开头  结尾 | 排除：  开头  结尾 +

后缀：请填写后缀用逗号隔开  不限  .xin  .com  .cn  .net  .com.cn  .vip  .top  .cc  .shop  .club  .wang

价格： 不限  0-50  50-100  100-500  500-1000  1000-3000  3000-5000  5000-10000  10000以上 输入数字： —

长度： 不限  1个  2个  3个  4个  5个  6个  7个  8个  9个  10个以上 输入数字： —

交易类型： 不限  域名抢注  万网预释放  一口价(万网)  一口价(合作方)  线上议价  竞价域名  精品域名  可用时间(天)： —

违约认购  保留词一口价

组成： 不限

我的搜索：

共有12903302个搜索结果(最多显示5000个结果)

域名	域名简介	当前价格	出售剩余时间	到期时间	交易类型	操作
a0o6.top	免备~~案 阿里云主机立 刻用 进http://0-0-1.cn 各 类备~~案域名选购全新 无拦截 不插备~~案 省时 省心 永久使用 1号备~~案 http://www.0-0-1.cn	¥1	35秒	2018-11-26	竞价	<input type="button" value="立即出价"/> <input type="button" value="查看详情"/>

4、观察步骤 1 中收集的 URL，有哪些可以进行优化，将优化过程描述出来。

比如：

待优化 URL：<https://www.globalmoney.cn/category/task>

优化建议：删掉 category，让 URL 结果更扁平，更短。

优化结果：<https://www.globalmoney.cn/task>

5、找出最长的域名和最短的域名。

6、总结如何进行 URL 优化。

## 实训项目 7 原创内容

### 一、实训目标

学习原创内容技巧。

### 二、实训任务

- 1、 选择一个写作主题；
- 2、 针对内容主题填充九宫格属性；
- 3、 根据内容九宫格属性列出写作大纲（内容标题）；
- 4、 将大纲展开完成文章写作。

### 三、背景知识

网站内容对搜索引擎的排名非常重要，可以说没有内容就谈不上排名。关于网站内容在 SEO 中的作用和写作经验，请参考以下资料：

<https://www.seozac.com/content>

### 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

### 四、实训步骤及内容

以下实训内容，请完成 1、2、3，并重复三次，然后将第 5 步的参考资料，也按 1、2、3 的思路拆解，写在 word 文档中，上交。

1、请根据自己熟悉的或感兴趣的事物定一个内容主题，比如“原创内容”；

2、请参考：<https://www.seozac.com/content/howto-content/>

然后以内容主题为中心，围绕这个主题写出其九宫格属性，比如：

什么是原创内容	为什么要写原创内容	原创内容学习资料
原创内容写作技巧	原创内容	原创内容实践案例
原创内容质量控制	用户喜欢什么样的内容	原创内容的一些心得体会

针对一个内容主题，我们可以列出非常多的相关话题，在这些相关话题中选择几个展开，就足够写成一篇文章。

3、 选择几个相关话题，按一定逻辑顺序列出写作大纲，例如：

**【原创内容】**

- 1、 什么是原创内容
- 2、 为什么要写原创内容
- 3、 原创内容写作技巧
- 4、 原创内容实践案例
- 5、 原创内容的一些心得体会

4、 将大纲节点展开，每个节点话题用几个段落展开，每个段落用几个句子展开，最终写作编辑成文（课外完成）。

5、 深入研究，参考：<http://lusongsong.com/info/post/10268.html>

## 实训项目 8 SEO 分析工具

### 一、实训目标

学习 SEO 分析工具的使用。

### 二、实训任务

- 1、使用站长工具进行网站数据分析；
- 2、针对数据分析结果，提出网站优化建议；

### 三、背景知识

站长建站时用于对网站质量查询与制作帮助的一些工具，简称站长工具。表现形式主要有 Web 形式的工具箱、flash 形式工具箱、终端形式工具箱、微信端的站长工具。

常用的站长工具有：友情链接检查工具、PR 查询工具、搜索引擎收录查询工具、关键词排名查询工具、网站流量统计等。

站长工具是站长的必备工具。经常上站长工具可以了解 SEO 数据变化。还可以检测网站死链接、蜘蛛访问、HTML 格式检测、网站速度测试、友情链接检查、网站域名 IP 查询、PR、权重查询、alexa、whois 查询等等。

### 四、实训工具与设备

电脑一台，网络环境。

### 五、实训步骤及内容

打开站长工具 <http://tool.chinaz.com/>，选定一个网站，进行以下数据分析。

域名注册时间

域名到期时间

域名过期时间

域名注册商

域名持有人

域名联系方式

域名服务器

域名 DNS

域名状态

同 IP 有多少个网站

网站 IP 地址

网站物理位置

网站 Alexa 排名

主要关键词（查一个即可）

主要关键词密度（查一个即可）

死链接

国内测速最快节点

是否响应式网站

网站备案号

网页 GZIP 压缩

PR 值

反链数

出站链接

站内链接

百度快照

百度首页位置

百度索引量

百度反链

首页 PR 输出值

将所查数据整理记录在 EXCEL 中，并进行一句话分析。

<b>目标网站基本信息</b>			
网站名称			
网站地址			
统计时间			
<b>数据统计和分析</b>			
数据	值	意义（解释）	一句话分析
域名注册时间			
域名到期时间			
域名过期时间			
域名注册商			
域名持有人			
域名联系方式			
域名服务器			
域名DNS			
域名状态			
同IP有多少个网站			

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	数智经济贸易学院
专    业:	电子商务
课    程:	网络编辑实务
制    定    人:	倪国章
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	16(第1周至第16周内安排)
实训总学时:	32
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一 应用采集器收集数据 .....	1
项目二 利用秀米编辑发布公众号推文 .....	4
项目三 利用平台设计 H5 作品 .....	7

## 项目一 应用采集器收集数据

### 一、实训目标

- 1、能安装八爪鱼数据采集器
- 2、掌握采集器采集网络数据

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、利用数据采集器收集新能源汽车 2023 年 1 月销量排行榜数据，并整理提取出“销量前 100 名，低配价格小于 15 万”的汽车数据

销量排名	名称	官方价	品牌	1 月销量	低配价
2	长安 CS75 PLUS	11.79-15.49 万	长安汽车	21620	11.79
3	哈弗 H6	9.89-15.70 万	哈弗	15067	9.89
7	宋 Pro 新能源	14.08-16.58 万	比亚迪	14124	14.08
8	博越 L	12.57-17.07 万	吉利汽车	13635	12.57

### 三、背景知识

1、八爪鱼采集器：<https://www.bazhuayu.com/>

八爪鱼采集器是一款全网通用的互联网数据采集器，模拟人浏览网页的行为，通过简单的页面点选，生成自动化的采集流程，从而将网页数据转化为结构化数据，存储于 EXCEL 或数据库等多种形式。并提供基于云计算的大数据云采集解决方案，实现数据采集。是数据一键采集平台。

2、八爪鱼采集网页表格数据步骤

第一步、先选中页面上一个列表的一个单元格

再点击提示框中的扩大选区按钮或者 TR 按钮，将选中的范围扩大到一行

第二步、点击【选中子元素】；如果没有子元素，继续点击另一行的一个单元格，在操作提示框继续点击【TR】。注意，有些网站选中整行可能不是【TR】，可能是【DIV】等其他标签。这个没关系，只要能选中整行就可以。

第三步、点击【选中全部】；

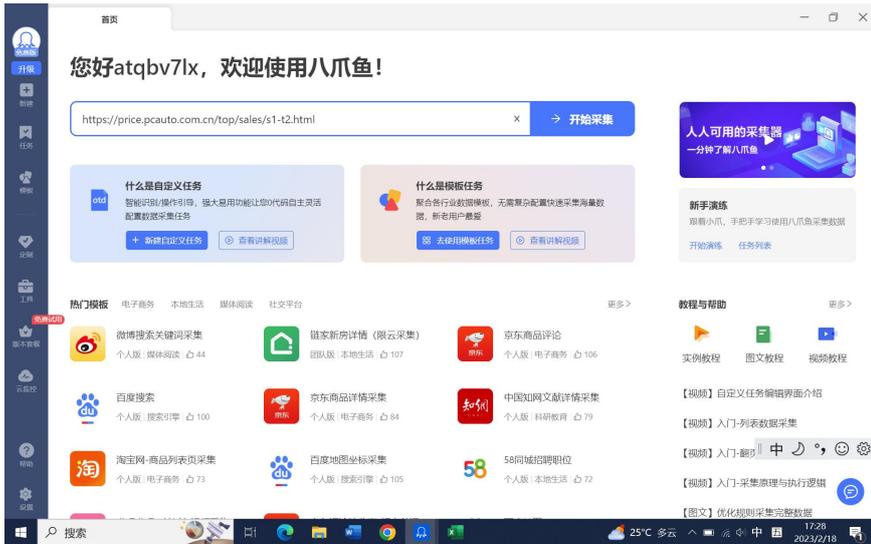
第四步、点击【采集以下数据】

## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop1 软件的 PC 机

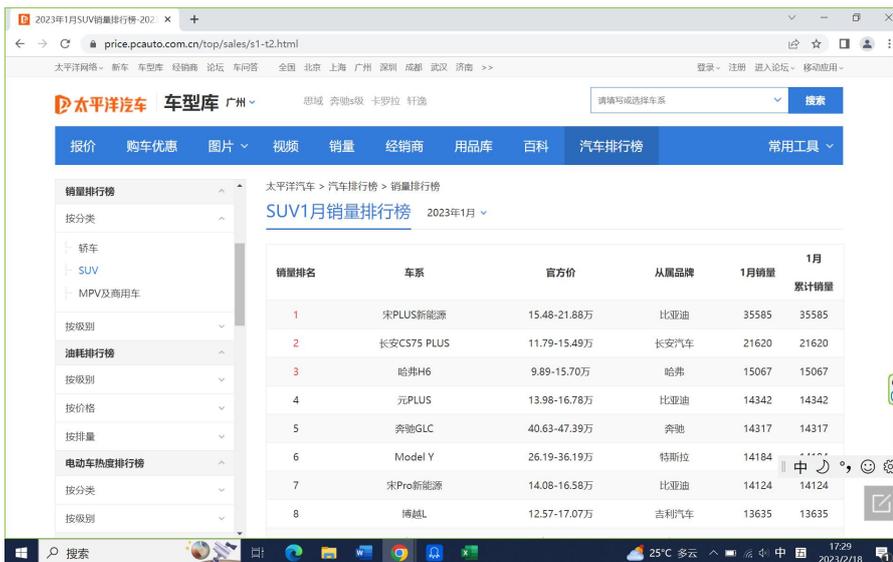
## 五、实施步骤、内容及学时

1、浏览八爪鱼网站 <https://www.bazhuayu.com> ，下载安装八爪鱼采集器，并注册会员



2、采集网页表格数据

浏览太平洋汽车网，<https://price.pcauto.com.cn/top/sales/s1-t2.html>，确定要收集的数据为“2023 年 1 月中国 SUV 汽车销量排行榜”数据



3、使用八爪鱼采集器采集上方数据，并导出为 excel 数据

4、对数据进行整理，利用 EXCEL 函数等功能，处理数据，提取 1 月销量前 100 名，低配价格小于 15 万的汽车数据

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功注册会员 2、成功收集数据 3、成功提取数据	80
总分		100

## 项目二 利用秀米编辑发布公众号推文

### 一、实训目标

- 1、了解微信公众号第三方编辑工具
- 2、能利用秀米公众号编辑器编辑图文并茂的推文

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用秀米公众号编辑器编辑图文并茂的推文（自定主题）

### 三、背景知识

1、秀米一开始是没有这个 H5 页面制作功能，开始主要是应用在微信公众号内容编辑和排版，想必很多微信公众号运营人员对秀米不陌生。后面秀米为了拓宽自己的业务，招聘了技术人员，现在秀米也有自己的 H5 页面在线制作，秀米特点是给用户一个空白 H5 页面模板，制作者可以将自己喜欢图片、音乐、内容填充进去，从而制作出简单 H5 页面。如果你要做简单的 H5 页面，那通过秀米就能完成。



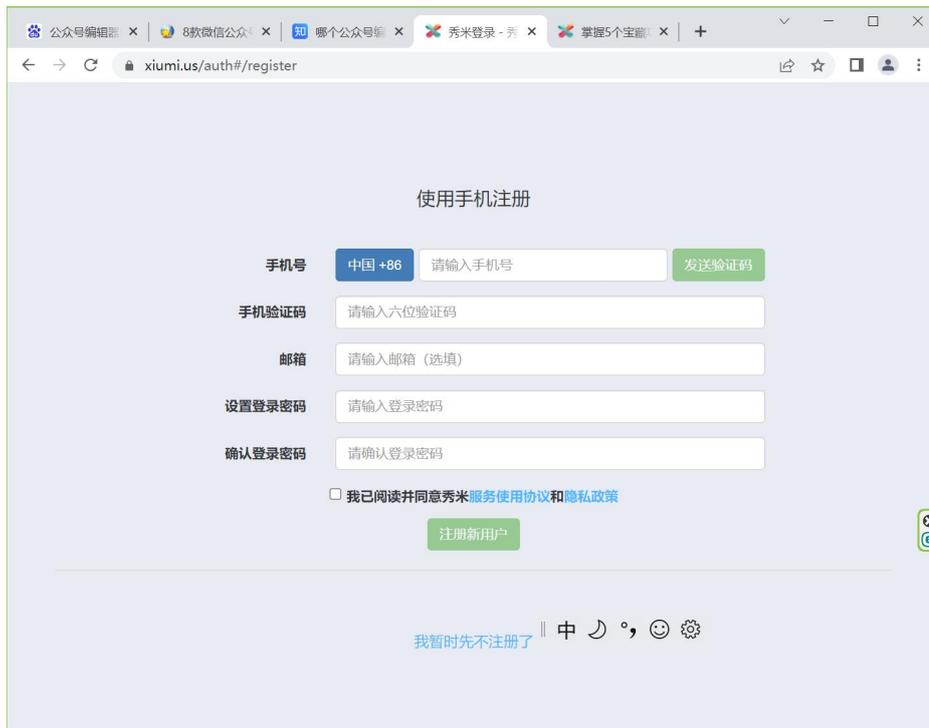
### 四、实训工具与设备

连接互联网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

- 1、了解公众号编辑器

## 2、在秀米平台注册会员



The screenshot shows a web browser window with the URL `xiumi.us/auth#/register`. The page title is "使用手机注册" (Register with mobile phone). The registration form includes the following fields and options:

- 手机号 (Mobile Number):** A dropdown menu set to "中国 +86" (China +86) and a text input field "请输入手机号" (Please enter mobile number), followed by a green "发送验证码" (Send verification code) button.
- 手机验证码 (Mobile Verification Code):** A text input field "请输入六位验证码" (Please enter a 6-digit verification code).
- 邮箱 (Email):** A text input field "请输入邮箱 (选填)" (Please enter email (optional)).
- 设置登录密码 (Set login password):** A text input field "请输入登录密码" (Please enter login password).
- 确认登录密码 (Confirm login password):** A text input field "请确认登录密码" (Please confirm login password).

Below the form, there is a checkbox:  我已阅读并同意秀米服务使用协议和隐私政策 (I have read and agree to the Xiumi service terms and privacy policy). A green "注册新用户" (Register new user) button is positioned below the checkbox. At the bottom of the page, there is a link: "我暂时先不注册了" (I don't register for now) with navigation icons for language, location, and settings.

3、设定推文主题，参照秀米模板和主题需要收集信息，包括文章和图片

4、参照秀米模板编辑推文，并把推文拷贝粘贴至公众号



5、在公众号中发布推文，并把推广链接或二维码发至班群  
本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功注册会员 2、成功编辑发布推文 3、推文质量好	80
总分		100

## 项目三 利用平台设计 H5 作品

### 一、实训目标

- 1、了解熟练兔展自媒体平台
- 2、熟练应用兔展自媒体平台制作作品

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用兔展自媒体平台自己制作个人简历

### 三、背景知识

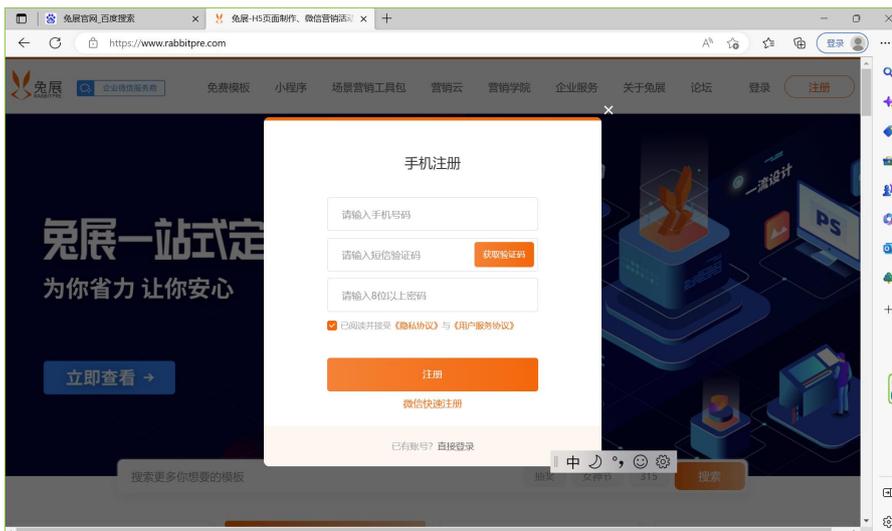
兔展内容云围绕日益增长的前端制作需求，在 RabbitPre.Js、Content PaaS 及 Low Code 第 4 代前端三剑客的支持下，构成了内容引擎、内容管理、内容市场三大核心模块，涵盖媒体、营销（5G 消息、互动广告、HeadlessEcommerce、营销活动及内容）、教育、数字出版等应用场景，根据营销类、叙述类、宣传类等不同内容需求，实现强大的内容生产和管理能力。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、Premiere 软件的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

#### 1、注册会员



- 2、整理个人资料，包括证书、奖状、图片等
- 3、浏览登录 <https://www.rabbitpre.com/>

4、上传素材图片

5、参照下图创建一个封面和十个展示个人情况的页面（可自由发挥），如



6、把作品发布，并转发班群

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功注册会员 2、成功制作发布作品 3、整体效果	80
总分		100

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	网络营销实务
制    定    人:	巢秋菊
实训周(次)学时:	2-6
实训周(次)数:	17(第1周至第17周内安排)
实训总学时:	52
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一 微信公众号营销.....	3
项目二 H5 推文营销.....	6
项目三 网络营销之二.....	9
项目四 网络营销之三.....	12
项目五 网络营销之四.....	15
项目六 搜索引擎营销之二.....	19
项目七 搜索引擎营销之三.....	23
项目八 搜索引擎营销之四.....	26
项目九 电商平台营销之二.....	30
项目十 视频编辑与短视频营销之 PR 画轴.....	32
项目十一 视频编辑与短视频营销之 PR 视频特效.....	35
项目十二 视频编辑与短视频营销之 PR 淘宝主图.....	39

# 项目一 微信公众号营销

## 一、实训目标

- 1、了解微信公众号第三方编辑工具
- 2、能利用秀米公众号编辑器编辑图文并茂的推文

## 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用秀米公众号编辑器编辑图文并茂的推文（自定主题）

## 三、背景知识

1、秀米一开始是没有这个 H5 页面制作功能，开始主要是应用在微信公众号内容编辑和排版，想必很多微信公众号运营人员对秀米不陌生。后面秀米为了拓宽自己的业务，招聘了技术人员，现在秀米也有自己的 H5 页面在线制作，秀米特点是给用户一个空白 H5 页面模板，制作者可以将自己喜欢图片、音乐、内容填充进去，从而制作出简单 H5 页面。如果你要做简单的 H5 页面，那通过秀米就能完成。



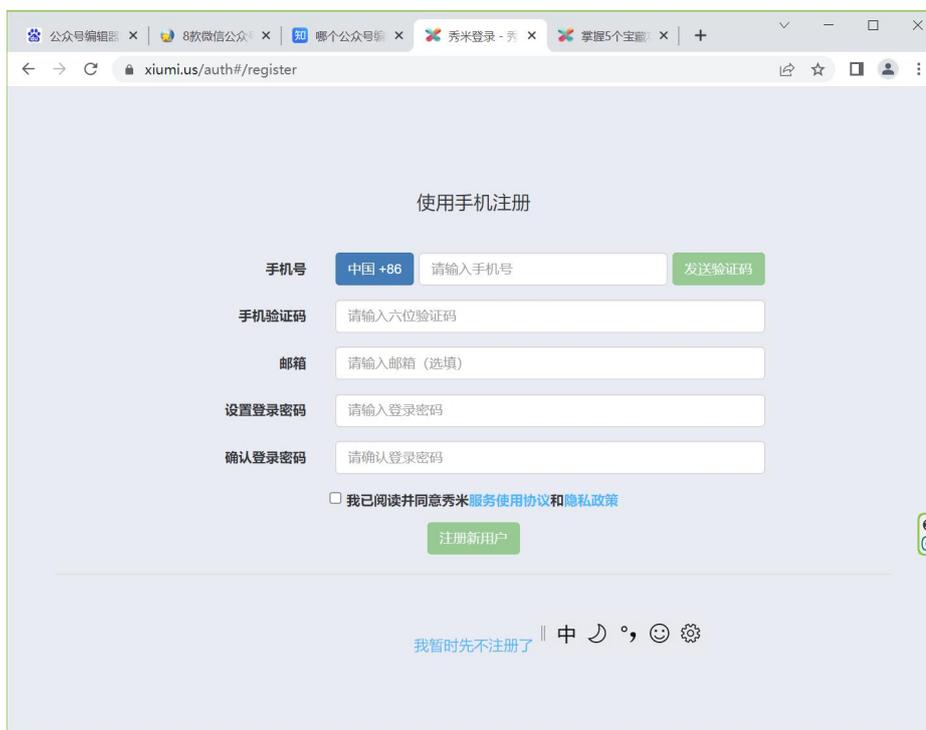
## 四、实训工具与设备

连接互联网的 PC 机

## 五、实施步骤、内容及学时

- 1、了解公众号编辑器

## 2、在秀米平台注册会员



The screenshot shows the registration page for Xiumi. The title is "使用手机注册" (Register with mobile phone). The form includes the following fields:

- 手机号 (Mobile Number): A dropdown menu set to "中国 +86" and a text input field "请输入手机号" (Please enter mobile number), followed by a green "发送验证码" (Send verification code) button.
- 手机验证码 (Mobile Verification Code): A text input field "请输入六位验证码" (Please enter 6-digit verification code).
- 邮箱 (Email): A text input field "请输入邮箱 (选填)" (Please enter email (optional)).
- 设置登录密码 (Set login password): A text input field "请输入登录密码" (Please enter login password).
- 确认登录密码 (Confirm login password): A text input field "请确认登录密码" (Please confirm login password).

Below the form, there is a checkbox:  我已阅读并同意秀米服务使用协议和隐私政策 (I have read and agree to the Xiumi service terms and privacy policy). A green "注册新用户" (Register new user) button is positioned below the checkbox.

At the bottom of the page, there is a link: "我暂时先不注册了" (I don't want to register for now) and a language selector set to "中" (Chinese).

3、设定推文主题，参照秀米模板和主题需要收集信息，包括文章和图片

4、参照秀米模板编辑推文，并把推文拷贝粘贴至公众号



5、在公众号中发布推文，并把推广链接或二维码发至班群  
本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功注册会员 2、成功编辑发布推文 3、推文质量好	80
总分		100

## 项目二 H5 推文营销

### 一、实训目标

- 1、了解熟练兔展自媒体平台
- 2、熟练应用兔展自媒体平台制作作品

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用兔展自媒体平台自己制作个人简历，进行个人营销

### 三、背景知识

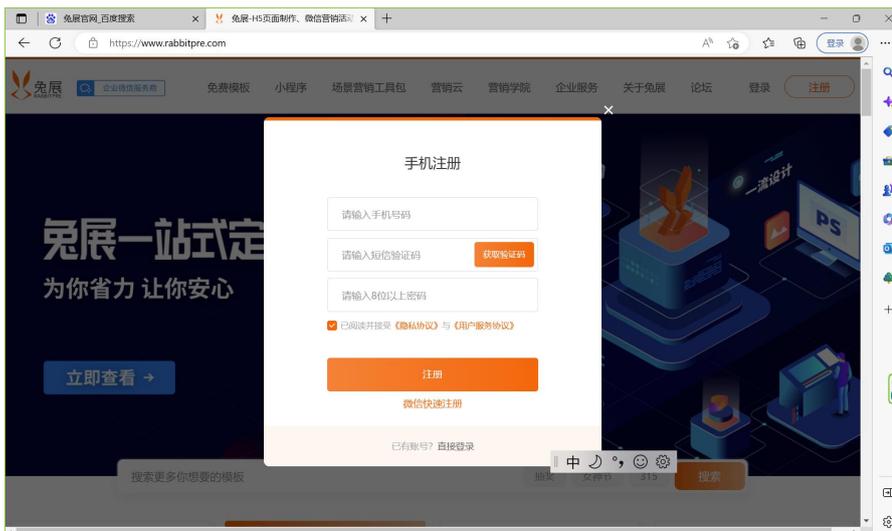
兔展内容云围绕日益增长的前端制作需求，在 RabbitPre.Js、Content PaaS 及 Low Code 第 4 代前端三剑客的支持下，构成了内容引擎、内容管理、内容市场三大核心模块，涵盖媒体、营销（5G 消息、互动广告、HeadlessEcommerce、营销活动及内容）、教育、数字出版等应用场景，根据营销类、叙述类、宣传类等不同内容需求，实现强大的内容生产和管理能力。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

#### 1、注册会员



- 2、整理个人资料，包括证书、奖状、图片等

- 3、浏览登录 <https://www.rabbitpre.com/>

4、上传素材图片

5、参照下图创建一个封面和十个展示个人情况的页面（可自由发挥），如



6、把作品发布，并转发班群

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功注册会员 2、成功制作发布作品 3、整体效果	80
总分		100

## 项目三 网络营销之二

### 一、实训目标

- 1、制作好营销网站
- 2、参照企业网站，根据需要，设计营销网站 logo、导航菜单。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、参照某个企业网站，根据自己企业需要，设计营销网站 logo、导航菜单

### 三、背景知识

营销网站建设的步骤

- 1、申请网站域名
- 2、设计建站方案
- 3、确定网站风格
- 4、进行网站建设

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

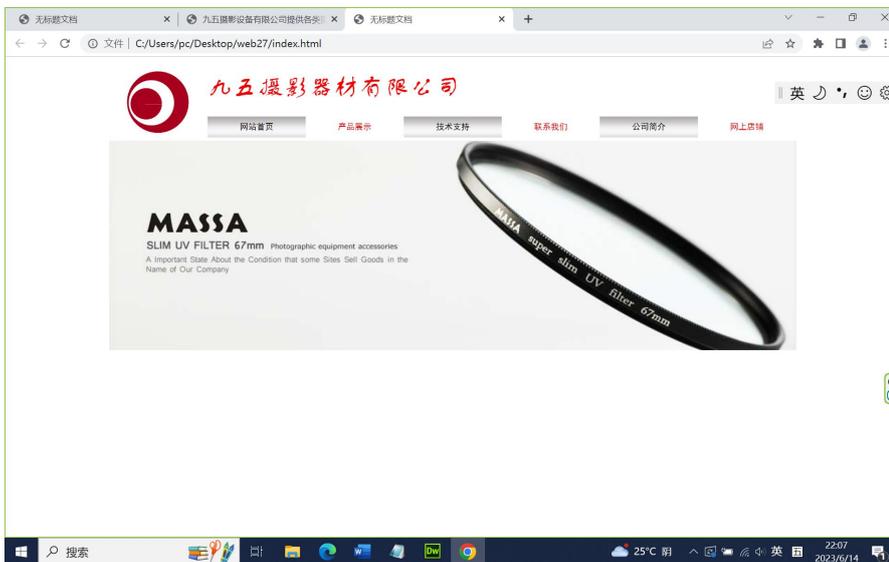
- 1、参照某个企业网站，根据自己企业需要，设计营销网站 logo、导航菜单，可参照下图设计，也可自由设计



上图设计提示：

1)、先设定整体宽度为 980，使问题简单化。第一行模块插入盒子 div1 (980\*120)，第二行模块插入盒子 div2 (980\*300)。

2)、盒子 div1 插入 2 个并排盒子 div11(140\*120)、div12(840\*120)，div11 插入 logo 图片，div12 插入 2 个竖排盒子 div121(840\*50)、div122(840\*30)，div121 插入公司名称，并调整文字字体、大小和位置，div121 插入 div121x(140\*30, b3.jpg 作背景)、div121y(140\*30)三次，得 6 个盒子，这 6 个盒子插入栏目名称，div2 插入图片，效果如下图所示



3)、在最后插入 div3 (980\*30, b3.jpg 作背景)，在其中插入 3 个并排的盒子 div31 (250\*30)、div32 (480\*30)、div31, 并分别加上文字，效果如下



本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计营销网站上方 logo/企业名称 2、成功设计营销网站上方导航菜单等	80
总分		100

## 项目四 网络营销之三

### 一、实训目标

- 1、制作好营销网站
- 2、参照企业网站，根据需要，设计营销网站公司简介、联系我们、产品推荐等项目。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、参照某个企业网站，根据自己企业需要，设计营销网站公司简介、联系我们、产品推荐等项目

### 三、背景知识

营销网站建设的步骤

- 1、申请网站域名
- 2、设计建站方案
- 3、确定网站风格
- 4、进行网站建设

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

- 1、在上一个实验的基础上，继续设计营销网站公司简介、联系我们、产品推荐等项目，可参照下图设计，也可自由设计

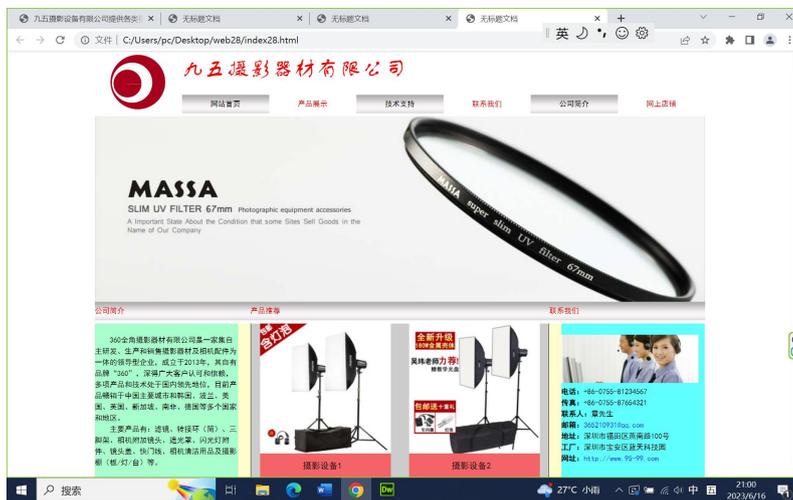


上图设计提示:

1)、在页后插入盒子 div4 (980\*250), 然后在其中插入 3 个盒子 div41(230\*250, 右外边距 20)、div42(478\*250, 左右边距为 1)、div43((230\*250, 左外边距 20), 在 div41 和 div42 插入文字的图片, 适当调整其大小和位置, 如下图所示。



2)、盒子 div42 插入 2 个并排盒子 div42x(210\*250, 左右外边距为 14、15), 在 div42x 中插入 2 个竖排盒子 div42x1(210\*210)、div42x2(210\*40), 其中一个插入图片, 一个加设备名称, 效果如下图所示, 同时把各盒子背景删除。



3)、在最后插入 div5 (980\*30, b3.jpg 作背景), 在其中插入 2 个并排的盒子 div51 (600\*30)、div52 (380\*30), 并分别加上文字。

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计营销网站中间企业简介、联系你们 2、成功设计营销网站中间产品推荐等	80
总分		100

## 项目五 网络营销之四

### 一、实训目标

- 1、制作好营销网站
- 2、参照企业网站，根据需要，设计营销网站技术文章、友情链接、网站底部说明

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、参照某个企业网站，根据自己企业需要，设计营销网站技术文章、友情链接、网站底部说明

### 三、背景知识

营销网站建设的步骤

- 1、申请网站域名
- 2、设计建站方案
- 3、确定网站风格
- 4、进行网站建设

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

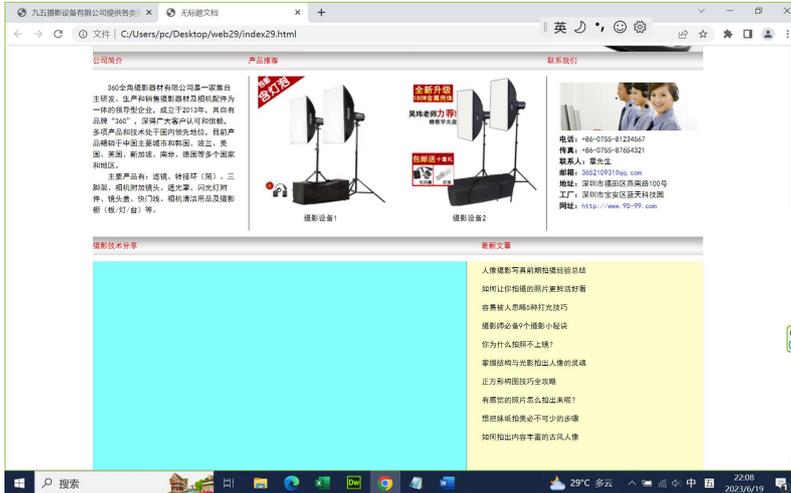
### 五、实施步骤、内容及学时

- 1、在上一个实验的基础上，继续设计营销网站技术文章、友情链接、网站底部说明等项目，可参照下图设计，也可自由设计



上图设计提示：

1)、在页后插入盒子 div6 (980\*340)，然后在其中插入 2 个盒子 div61(600\*340)、div62(370\*340，左边框为 1)，在 div62 插入文章标题，适当调整其大小和位置，如下图所示。



2)、盒子 div61 插入 2 个竖排盒子 div61x(600\*170)，在 div61x 中插入 2 个并排盒子 div61x1(200\*150)、div61x2(210\*350，左右外边距为 30、20)，其中一个插入图片，一个插入文字，效果如下图所示，同时适当调整文字大小、行距等。



3)、把第一个 div61x 中的代码复制给第二个 div61x，并修改图片和文字，删除盒子背景，效果如下



4)、在页后插入盒子 div7 (980\*481), 并在其中插入图片, 效果如下图所示



5)、在页后插入盒子两个竖排 div8 (980\*60,上边框为 1), 并在其中插入文字, 适当调整文字大小、行距等, 最后文字可用<p>处理, 效果如下图所示



本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、成功设计营销网站下方站技术文章、友情链接 2、成功设计营销网站下方网站底部说明等	80
总分		100

## 项目六 搜索引擎营销之二

### 一、实训目标

- 1、掌握利用关键字密度查询工具分析网页关键字密度是否适中
- 2、掌握利用第三方网站地图生成工具来生成网站地图的技能；掌握单页增加关键词技巧。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、网站关键词密度查询
- 2、网站地图生成
- 3、单页网站隐藏技巧

### 三、背景知识

- 1、关键词密度

中文网页的关键词密度在 2%~8%为宜。

借助关键词密度检测工具检测页面关键词密度

<http://tool.chinaz.com/tools/density.aspx>

- 2、网站地图

搜索引擎可以通过网站地图来查找各个页面的内容，baidu 可以根据你的 sitemap 来抓取它以前没有抓取的新页面

借助第三方 sitemap 生成器 <http://help.bj.cn/>生成网站地图

- 3、单页增加关键词技巧

增加网页带有关键字的内容，然后利用 DIV+CSS 不显示这些内容，以增加网页关键词数量。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

- 1、网站关键词密度查询

通过百度搜索某一个网站（如 <http://www.mettlecorp.cn/>），确认为关键字考查对象，通过工具查看该网站被百度和 360so 收录数量。选择网站的两个页

面，并通过查看其网页源代码，明确其网页关键字。把网址、网页界面、相应的关键字列举出来？

检查项目	www.mettlecorp.cn	Mi.com
百度权重/360so 权重		
百度收录及反链		
360 收录及反链		
主页关键词		
次页（）关键词		

利用密度查询工具 <http://tool.chinaz.com/Tools/Density.aspx>，查看以上两个主页各关键字密度，列表显示？

网址	关键字	出现次数	关键字密度	适中否

## 2、网站地图生成

通过百度搜索某一个网站，确认为研究对象，把网址、首页粘贴下来？

利用第三方网站地图生成工具 <http://help.bj.cn>（或 <http://www.1211.org/>），生成以上研究对象的网站地图，把生成的地图 sitemap.xml 的前十行（或浏览界面）粘贴下来？

考查对象：

地图文件前十行（或浏览界面）

## 3、单页网站隐藏技巧

在如下图的网页后增加 9 行文字（为提高网页的关键字匹配度），要求在网页代码中有出现，但浏览网页时没有显示。



什么样的摄影器材是你最需要的  
使用不同的灯罩打灯的效果对比  
摄影新手买单反选套头好吗？

纠正关于摄影器材的 10 大误解

摄影大师背后的佳能镜头

拍摄特殊摄影题材的 4 种镜头

旅行摄影应该带什么镜头

当我们选择摄影器材时究竟选择的是什么

摄影新手摄影器材该如何选择

提示：利用 DIV+CSS 来实现

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 正确查询到关键词密度 成功生成网站地图 成功增加网页关键词	80
总分		100

## 项目七 搜索引擎营销之三

### 一、实训目标

- 1、掌握把网站申请搜索收录技能
- 2、掌握利用文章增加网站外部导入链接的技能
- 3、掌握分析对手网站外链方法；掌握高质量引流方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、主动登录搜索引擎
- 2、外部超链接
- 3、高质量引流

### 三、背景知识

- 1、主动登录搜索引擎

将网站加入到分类目录或全文搜索中，如 Hao123、360so、baidu 等

增加网站本身的内容和页面，初期可适当增加导出外链，增加被搜索引擎认可收录的机会，后才申请收录

百度搜索网站登录口：[http://www.baidu.com/search/url\\_submit.html](http://www.baidu.com/search/url_submit.html)

- 2、通过软文获取链接

在博客、论坛等社区写软文，一般一篇文章有 5-6 个链接，重复链接不要超过 3 个，如新浪博客（[blog.sina.com.cn](http://blog.sina.com.cn)）、19 楼论坛（[19lou.com](http://19lou.com)）等

- 3、其它增加外链方法

友情链接交换，是常用方法之一

高流量网站引流，如在知乎、BtoB、行业网站写文章，带链接。

查看竞争对手网站/同行网站的外链情况，参照做。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

- 1、主动登录搜索引擎

将网站 <http://www.shuasport.cn/>（假设它为你有 seo 网站）申请加入到

以下搜索 baidu.com 、 so.com、 sogou.com 中，相关内容自定义，把登录入口网址和提交前界面和粘贴下来？

## 2、外部超链接

在新浪博客或 19 楼论坛等著名社区上写两篇文章，文章内容必须与营销网站的内容相关，要出现营销关键字，并以关键字作为锚文字制作超链接，链接到您的 SEO 网站（如 <http://www.shuasport.cn>）。以增加网站的外链，提高网站 PR 值。把博客的网址和界面粘贴下来？

SEO 网站：

博客/论坛的网址：

博客/论坛界面：

## 3、高质量引流

通过知乎网站，回答用户问题，为 Seo 网站 <http://www.shuasport.cn> 引流（外链），把相关界面粘贴下来。

## 4、查看分析某两个网站的外链情况

分析的内容	网站一	网站二
百度权重		
SEO 反链数		
反链域名 1/锚文字		
反链域名 2/锚文字		
反链域名 3/锚文字		
反链域名 4/锚文字		
反链域名 5/锚文字		

5、参照网站以上外链，尝试为网站 <http://www.shuasport.cn>，增加外链，把方法和结果粘贴下来

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 正确申请加入搜索引擎 成功撰写软文产生外链 成功参照对手网站外链生成外链	80
总分		100

## 项目八 搜索引擎营销之四

### 一、实训目标

- 1、了解百度推广，掌握关键词查询和设计
- 2、掌握百度推广的广告词设计及技巧，了解百度各种广告。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、设置百度搜索广告词
- 2、识别图片红色框中的广告属于哪种百度广告？
- 3、列举百度搜索广告（竞价广告）与信息流广告的区别？

### 三、背景知识

#### 1、百度广告类型

搜索广告、信息流广告、品牌广告、开屏广告、聚屏广告、电商推广

#### 2、广告语的描写和设计

搜索广告标准推广格式：

第一行：标题

第二行：描述

第三行：描述

第四行：网站名称/网址

三个广告语秘诀：关键字要醒目、好处要具体、感觉要好

#### 3、节省竞价排名费用技巧

选定区域，有的放矢，可大大节省推广费用

设定每日最高消费额，控制消费

合理设置关键词，重视发布的标题、内容描述，最好留下联系方式

合理选择排名，以高性价比为第一原则

利用其它方式辅助推广，如百度的图片推广、网盟推广。

### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

### 五、实施步骤、内容及学时

1、设置百度搜索广告词

1)、参考 SEO 培训广告词，为“假发”、“保温杯”设计两则广告词。

关键词：假发 网址：[www.jh123.com](http://www.jh123.com)

关键词：保温杯 网址：[www.cup123.com](http://www.cup123.com)

关键字：SEO 培训 网址：[WWW.seo.net.cn](http://WWW.seo.net.cn)

SEO 赚钱培训——1000 个见证（标题） 1 天学会 SEO，月收入轻松过万！（描述 1） 免费咨询电话：400-12345678（描述 2） <a href="http://WWW.seo.net.cn">WWW.seo.net.cn</a> （网址）
--

2)、为节省费用，对搜索引擎广告设置时间、地域等限制

针对以上的两则广告设置显示限制

广告词	关键字	每日消费限额	主攻省市	主要时间
假发				
保温杯				

2、识别下方各图红色框中的广告是属于哪种百度广告？

百度广告样式	类型
	
	
	
	
	
	
	

3、列举百度搜索广告（竞价广告）与信息流广告的区别？

区别点	百度搜索广告（竞价广告）	信息流广告
推广原理		
推广渠道		
展示样式		
优化思路		

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 成功设置搜索广告词 正确识别广告类型 正确区别搜索广告和信息流的不同	80
总分		100

## 项目九 电商平台营销之二

### 一、实训目标

- 1、了解京东店铺店内主要营销工具
- 2、了解京东平台主要营销工具

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、举例说明京东店铺店内 3 个以上的促销手段，在京东截图并说明。
- 2、京东平台有多种营销产品，请简述京东快车和京挑客的区别
- 3、关键词及匹配模式设置，相应设置后广告是否展示？

### 三、背景知识

#### 1、京东店铺店内促销手段

满减促销、满 M 件 N 折促销、打折促销(限时折扣)、优惠券促销、捆绑销售、赠品促销、团购活动、返现活动、预售活动、加价购、VIP 专享优惠、积分兑换

#### 2、京东平台常用营销产品

智能投放：

京东快车：京东快车是基于京站内推广的实时竞价类广告营销产品。通过对搜索关键词或商品定向出价，将您的推广商品、活动或店铺展示在京站内丰富的广告位上。

推荐广告

京挑客：是一种推客联盟合作推广，按照实际成交额计费的站外广告投放工具，即 cps 销售分成（实际成交额、佣金比例）给予商家高效提升站外 GMV 及店铺拉新能力的营销工具。

站外广告

#### 3、京东快车关键词匹配模式

精确匹配：只有用户的搜索词与关键词完全相同时才会展示广告。

短词匹配：只有用户搜索词与关键词相同，或完全包含关键词时展示广告。

切词匹配：当用户搜索词(或者其省略、颠倒形式)与关键词相同时，或搜索完全包含关键词时才能展示广告。

## 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

## 五、实施步骤、内容及学时

1、举例说明京东店铺店内 3 个以上的促销手段，在京东截图并说明是哪种促销手段就好。

2、京东平台有多种营销产品，请简述京东快车和京挑客的区别

区别	京东快车	京挑客
推广方式不同		
推广对象不同		
计费方式不同		

3、假如客户在京东搜：“**风衣男**”，下表关键词及匹配模式设置，广告能展示出来的打勾✓，不能的打叉×

关键词 \ 匹配模式	精确匹配	短语匹配	切词匹配
	风衣男		
风衣			
男风衣			
风衣男外套			

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 正确列举网店店内促销方式 正确识别关键词匹配模式 正确区别京东快车和京挑客的不同	80
总分		100

## 项目十 视频编辑与短视频营销之 PR 画轴

### 一、实训目标

- 1、能应用 PR “运动” 效果
- 2、能应用 “线性擦除” 效果

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、应用 PR “运动”、“线性擦除” 等效果制作画轴展开效果，如下图



- 2、使用 “速度/持续时间” 等功能，对跳水视频中的跳水动作，制作慢放动作和倒放效果。

### 三、背景知识

#### 1、运动效果

包括有位置、缩放、旋转、定位点、抗闪烁过滤

定位点：定位点一开始都是在素材的中心，并随着位置的移动而移动。是确定素材缩放和旋转的基准点。

旋转以定位点为基准旋转。

位置、缩放也都以定位点为基准点移动或缩放。

#### 2、线性擦除

包括过渡完成、擦除角度和羽化属性设置

只执行一个方向的简单线性擦除效果

擦除方向垂直于角度

过度完成百分比相对于整个画面。

羽化指边缘羽化

#### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

#### 五、实施步骤、内容及学时

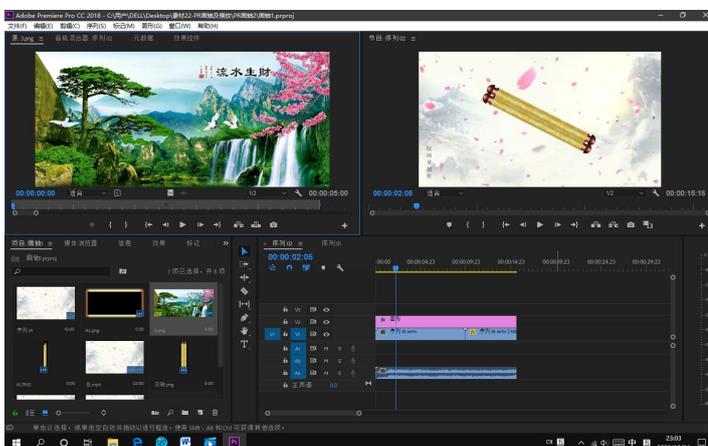
1、应用 PR “运动”、“线性擦除” 等效果制作画轴展开效果，如下图



1)、先处理好素材———透明的画轴、画框、画（png 格式）



2)、在视频轨 1 加背景视频，在其它 4 个视频轨分别加画轴左、画轴右、画框、画，完成画轴展开效果



对两个画轴设置“位置”关键帧动画，让其从中间向两边移动

对画和画框每个添加两次“线性擦除”效果，并设“擦除角度”为90和-90，设置“过渡完成”关键帧动画，让其从中间向两边打开。

注意画轴、画、画框的大小和位置，让它们在打开时保持相对一致

2、在任务1的基础上，先让打开的画轴停留一会（约5秒），后设计画轴逆向收回效果。

3、使用“速度/持续时间”等功能，对跳水视频中的跳水动作，制作慢放动作和倒放效果。



本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 成功设计画轴展开效果 成功设计跳水动作的倒放和慢放	80
总分		100

## 项目十一 视频编辑与短视频营销之 PR 视频特效

### 一、实训目标

- 1、能应用 PR “闪电” 效果
- 2、能应用 “光照效果”、“马赛克” 等效果

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、应用 PR “闪电” 效果制作电视塔雷击效果，如下图



- 2、对艺术画加 “光照效果”
- 3、对视频中的 “优酷”、“YOUKU” 标识加马赛克处理

### 三、背景知识

#### 1、闪电效果

主要有起始点、结束点、分段、宽度、速度、混合模式等属性设置。  
外部颜色和内部颜色设置闪电光条的颜色效果。

#### 2、光照效果

包括光照类型、光照颜色、中央、半径、角度、聚焦、环境光照颜色等属性  
设置

光照类型有点光源、平行光、全光源

可设置多个光照

#### 3、马赛克

主要有蒙版不透明度、水平块、垂直块属性设置。

可以设置多个蒙版

蒙版形状有椭圆形、方形和自绘图形

#### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

#### 五、实施步骤、内容及学时

1、应用 PR “闪电” 效果制作电视塔雷击效果，如下图

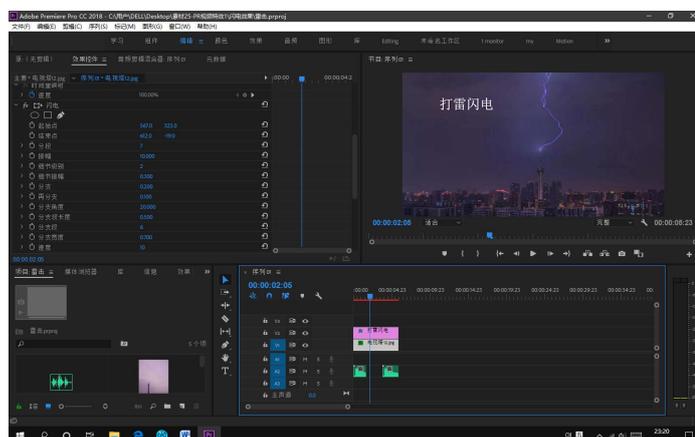


提示：

1)、先处理好图片

2)、拖图片至视频轨 V1，加“闪电”效果，设置以下属性，主要有起始点、结束点、分段、速度、宽度等。

3)、加打雷闪电声音

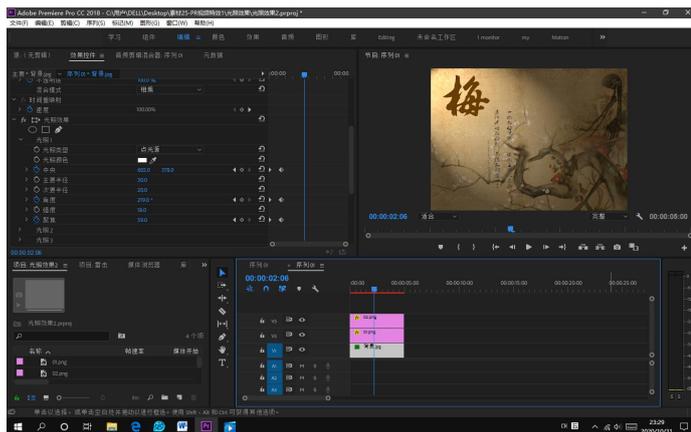


2、对艺术画加“光照效果”，如下图：



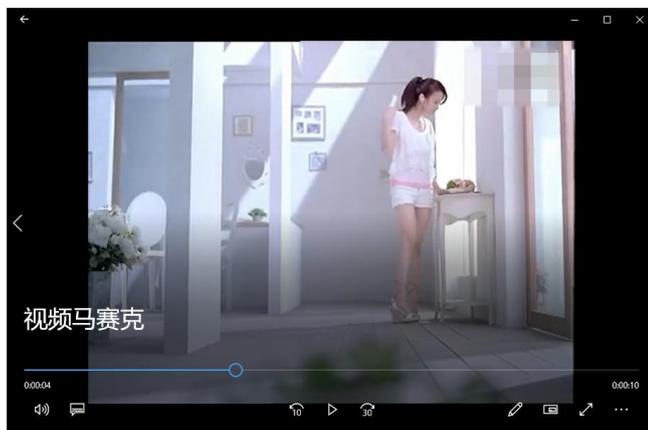
提示：

- 1)、把画、梅字、诗图片拖到 v1、v2、v3 轨道
- 2)、梅字、诗图片设置“不透明度”光键帧动画，从 50%到 100%

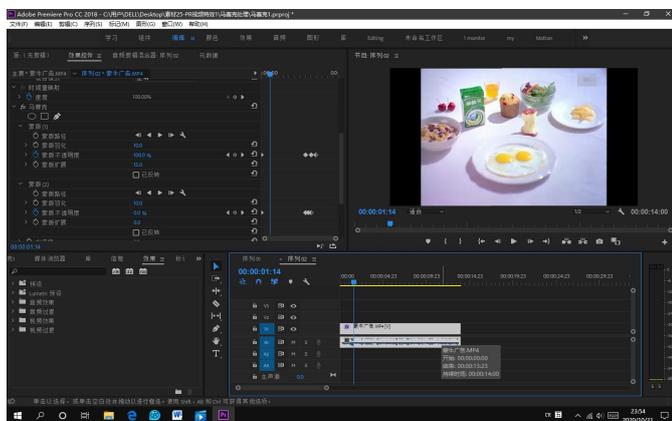


3)、为 v1 画加“光照效果”，设置相关属性，主要有光照类型、光照颜色、中央、半径、角度、强度等。

3、对视频中的“优酷”、“YOUKU”标识加马赛克处理，如下图。



1)、对视频加“马赛克”效果，设置”蒙版不透明度”光帧键，设置前大半段视频加“蒙版 1”处理视频右上角“优酷”标识，设置后半段视频加“蒙版 2”处理视频左上角“youku”标识。



本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 成功设计打雷闪电效果 成功设计光照效果 成功处理马赛克处理效果	80
总分		100

## 项目十二 视频编辑与短视频营销之 PR 淘宝主图

### 一、实训目标

- 1、能应用 PR “文字工具” 效果
- 2、能应用 “运动”、“波形变形” 等效果

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、利用图片素材制作淘宝主图视频，效果如下



- 2、利用视频制作淘宝主图视频

### 三、背景知识

- 1、淘宝主图尺寸

淘宝主图尺寸：700 \* 700；天猫主图尺寸：800\*800 ，主图有 5 张；

前四张属于普通的主图，长和宽比例是 1:1，可以是 800×800 像素，或者是 1000×1000 像素，图片的大小不要超过 3M。

淘宝第五张主图是白底图。文件要小于 300K。

- 2、淘宝主图视频要求：

- 1)、时长要求：60 秒以内
- 2)、比例：有 1:1, 16:9, 3:4。现在主推 3:4

- 3、淘宝主图视频制作：

- 1)、图片视频，并配有文字，制作成本较低。

2)、自己拍摄视频，利用视频剪辑工具进行剪辑。

#### 四、实训工具与设备

安装有 PhotoShop 、能上网的 PC 机

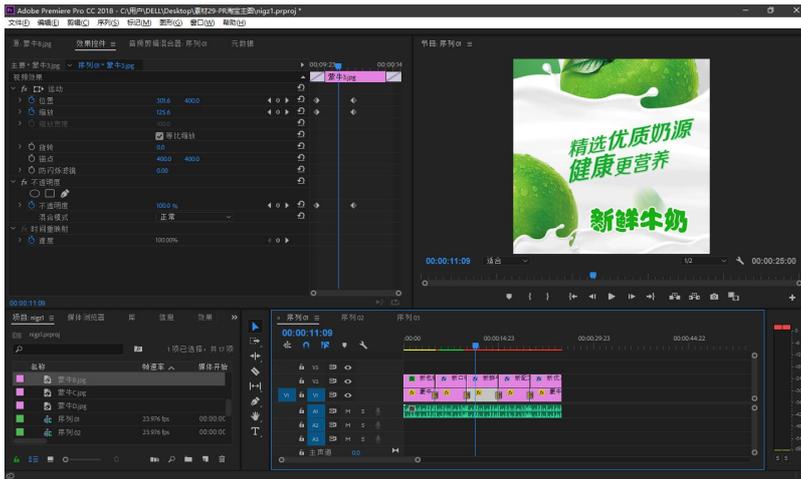
#### 五、实施步骤、内容及学时

1、利用图片素材制作淘宝主图视频，效果如下



提示：

- 1)、新建项目、序列 01，大小为 800\*800，导入素材。
- 2)、拖文件蒙牛 1.jpg—4.jpg、蒙牛 B 至 v1 轨道，调整其时间长度为 5 秒。
- 3)、先为第 1-5 张图片设置“位置、缩放”关键帧动画，让图片作放大或移动效果，最后突出显示某一部分。
- 4)、在每张图片上方 V2 轨道上加文字，分别加上“新包装/新口味/新鲜牛奶/新优惠，买一送一”文字，并作动画效果（如移动、缩放、波形变形等）如上图。
- 5)、加声音，完成作品设计。

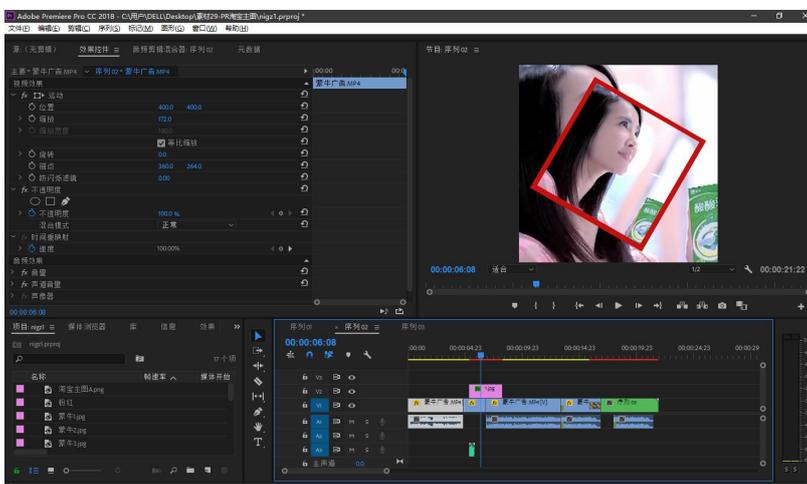


2、利用视频制作淘宝主图视频，效果如下图：

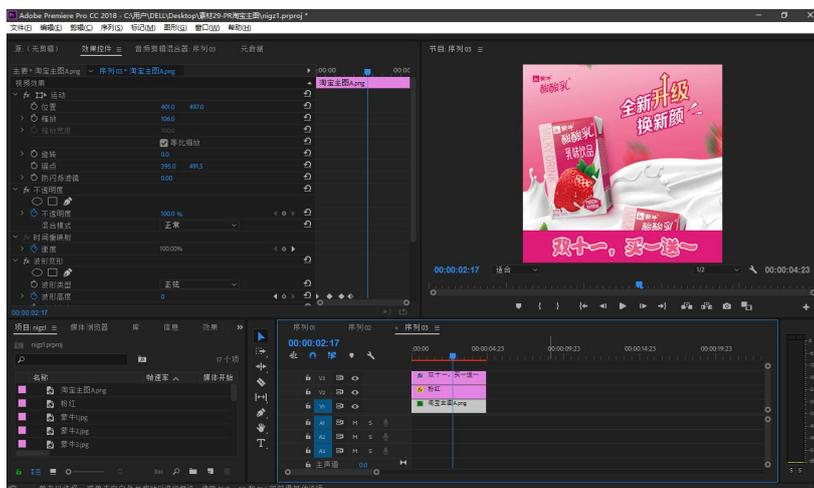


提示：

- 1)、新建序列 02，大小为 800\*800，拖视频素材至 v1，调整视频位置及缩放属性，让视频的主要内容显示出来。
- 2)、为视频中某一画面设计快照效果，以突显产品优点，也可加文字。



3)、在视频后增加序列 03，大小为 800\*800，序列 03 利用素材设计一产品优惠信息画面。



4)、调试完成作品

本项目实训时间 2 个学时。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 成功设计淘宝主图图片展示视频 成功设计淘宝主图视频展示视频	80
总分		100

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	23 电子商务 1-7 班、本科班
课    程:	电商网店装修
制    定    人:	郑敏榕、顾金微、黄姣、陆惠欣、 高进锋
实训周(次)学时:	3
实训周(次)数:	16 (第 1 周至第 16 周内安排)
实训总学时:	48
教研室审批:	高进锋
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训 1	开设淘宝店铺 .....	1
实训 2	完善个人淘宝店铺基本信息 .....	3
实训 3	下载网店装修用图片素材 .....	5
实训 4	将储存在本地计算机上的网店装修素材备份到百度网盘 .....	7
实训 5	安装网店装修必备的软件 Photoshop 和 Dreamweaver .....	9
实训 6	制订拍摄计划 .....	11
实训 7	选择适合商品拍摄的相机及辅助器材 .....	13
实训 8	拍摄商品图片 .....	15
实训 9	拍摄商品视频 .....	17
实训 10	抠取图像中的汽车到背景素材中 .....	19
实训 11	为失真的图像调色 .....	21
实训 12	对网店的潜在客户进行定位分析 .....	23
实训 13	确定网店的整体装修风格并配色 .....	25
实训 14	店标的设计与制作 .....	27
实训 15	发布个人网店店标 .....	29
实训 16	商品主图设计 .....	31
实训 17	商品焦点图设计 .....	33
实训 18	商品卖点图的设计与制作 .....	35
实训 19	商品信息展示图的设计制作 .....	37
实训 20	商品细节图的设计与制作 .....	39
实训 21	网店开设与装修(综合实训 1) .....	41
实训 22	网店开设与装修(综合实训 2) .....	43
实训 23	网店商品信息管理与发布(综合实训 3) .....	45
实训 24	网店物流与配送(综合实训 4) .....	47

# 实训1 开设淘宝店铺

## 一、实训目标

本实训要求策划好店铺的相关信息后,在淘宝平台上进行账户注册等开设店铺前的相应准备工作,为后期的产品上架做准备。

## 二、项目(实训)中的具体任务

根据实训目标,本实训包括线下和线上操作两部分,线下操作部分主要是进行前期的准备工作。线上操作部分的目的就是开设一个店铺。在淘宝平台上开店,首先需要注册一个淘宝账户,然后开通支付宝认证,接着申请店铺,完成店铺的开设。

## 三、背景知识

计算机基础知识,计算机网络基本知识,电子商务网店装修知识,电子商务图片处理基本知识,电子商务网页设计基本知识

## 四、实训工具与设备

计算机一台,计算机网络,淘宝账号,装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机(每人一台)、智能手机(每人一部)。
- (3) 学习任务考核单(也可到教学资源包下载电子版)。
- (4) 将班级分为若干讨论组,每组设组长一名。

## 五、实训步骤、内容及学时

### 【步骤提示】

(1) 准备资料。准备开店所需的材料,包括身份证、手机、开通网上银行的银行卡等。

(2) 注册淘宝会员。登录淘宝网,单击网页上方的“免费注册”超链接,打开“用户注册”页面,然后根据提示,用手机号码注册淘宝账号。

(3) 开通支付宝认证。打开支付宝网站,单击“登录”命令按钮,在打开的页面中输入账号与密码进行登录。进入支付宝个人页面,单击“未认证”超链接,然后根据提示,绑定银行卡号,进行支付宝实名认证。

(4) 申请店铺。登录淘宝网首页，将鼠标指针移动到网页右上方的“卖家中心”选项上，在打开的下拉列表中选择“免费开店”选项，然后根据提示进行操作，主要是身份校验，完成店铺的开设工作。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20 分		
(2)	组间评定	30 分		
(3)	指导老师评定	40 分		
(4)	企业导师评定	10 分		
合计				

## 实训2 完善个人淘宝店铺基本信息

### 一、实训目标

本实训要求对实训1申请的店铺进行信息的基本完善,使其拥有一个网络店铺的基本特征。

### 二、项目(实训)中的具体任务

根据实训目标,要让一个店铺拥有基本特征,至少应先套用合适的店铺模板、然后根据店铺的情况设置店铺名称、店标、店铺简介等基本信息

### 三、背景知识

计算机基础知识,计算机网络基本知识,电子商务网店装修知识,电子商务图片处理基本知识,电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台,计算机网络,淘宝账号,装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机(每人一台)、智能手机(每人一部)。
- (3) 学习任务考核单(也可到教学资源包下载电子版)。
- (4) 将班级分为若干讨论组,每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

(1) 设置模板。进入千牛卖家工作台后台管理系统,打开店铺装修页面,单击顶部的“模板管理”选项卡,选择一个与店铺类型相关的模板,单击应用按钮应用该模板。

(2) 设置店铺风格。进入卖家中心,在左侧“店铺管理”栏中单击“店铺装修”超链接,打开店铺装修页面。在左侧导航栏中选择“配色”选项,在打开的面板中选择粉红色。

(3) 设置页头颜色。在店铺装修页面左侧导航栏中选择“页头”选项,与店铺风格一致,选择粉红色。

(4) 设置店名。进入店铺基本设置页面,在“店铺名称”文本框中输入店

铺名称。

(5) 设置店标。输入店名后，单击“店铺标志”栏的上按钮，选择需上传的店标图片。

(6) 设置店铺简介。在“店铺简介”文本框中输入店铺简介。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20 分		
(2)	组间评定	30 分		
(3)	指导老师评定	40 分		
(4)	企业导师评定	10 分		
合计				

## 实训3 下载网店装修用图片素材

### 一、实训目标

本实训要求结合个人淘宝店铺所经营商品的类目在素材下载网站下载并分类管理装修网店用的相关图片素材。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，首先浏览本项中介绍的相关素材下载网站，然后根据需要选择一到两个网站注册账号并登录，选择网店装修要用到的相关图片素材进行下载，下载到本地计算机上后按照素材的作用对图片素材进行分类并整理。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

(1) 浏览项目中介绍的各素材下载网站，了解各网站的特点及在网店装修中的实用性。

(2) 根据个人网店装修需要选择一至两个素材网站进行账号注册并登录，找到需要的素材下载。

(3) 选择本地计算机上存储图片素材磁盘，建立“网店装修素材”文件夹并根据需要建立二级文件夹，对在素材网站上下载的网店装修素材进行分类整理。

**实训学时：** 2 学时

## 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训4 将储存在本地计算机上的网店装修素材备份到百度网盘

### 网盘

#### 一、实训目标

本实训要求将已经下载并分类存储到本地计算机上的网店装修用素材文件全步备份到百度网盘上，实现重要素材的云端备份。

#### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，首先注册个人的百度账号，并登录；然后进入百度网盘空间，同步文件夹到云端。

#### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

#### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

#### 五、实训步骤、内容及学时

##### 【步骤提示】

- (1) 注册百度账号并登录。
- (2) 进入百度网盘，建立“网店装修素材”文件夹。
- (3) 将下载并分类存储在本地计算机上“网店装修素材”文件夹下全部子文件夹和文件同步到网络空间实现网络存储。

实训学时： 2 学时

#### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训5 安装网店装修必备的软件 Photoshop 和

### Dreamweaver

#### 一、实训目标

本实训要求下载并安装网店装修必备的两个软件 Photoshop 和 Dreamweaver。

#### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，首先下载网店装修必备的两个软件 Photoshop 和 Dreamweaver；然后安装到本地计算机上。

#### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

#### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

#### 五、实训步骤、内容及学时

##### 【步骤提示】

- (1) 网络下载 Photoshop 和 Dreamweaver 两个软件。
- (2) 安装 Photoshop 和 Dreamweaver 两个软件。

实训学时： 2 学时

#### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训6 制订拍摄计划

### 一、实训目标

本实训要求为本网店要上架的一件商品的拍摄计划的制定。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，拍摄商品的拍摄计划的制定主要包括确定拍摄要点、拍摄细节、拍摄环境、拍摄张数、卖点信息拍摄、实力资质拍摄等内容。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 根据商品特点确定拟拍摄要点。
- (2) 根据商品特点确定拟拍摄细节。
- (3) 根据商品特点确定拟拍摄环境。
- (4) 根据商品特点确定拟拍摄张数。
- (5) 根据商品特点确定卖点信息的拍摄内容。
- (6) 根据商品特点确定实力资质拍摄的拍摄内容。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训7 选择适合商品拍摄的相机及辅助器材

### 一、实训目标

本实训要求根据本网店拍摄要求及资金预算选择合适的相机。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，拍摄商品前选择合适的相机，选择相机时包括感光件的选择，要有手动设置功能，强劲的微距功能，可以更换的镜头，选择需要的辅助器材。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 选择合适的感光元件。
- (2) 查看相机的手动设置功能。
- (3) 选择相机的镜头。
- (4) 根据需要进行选择遮光罩、三脚架、静物台、柔光箱、闪光灯、无线引闪器、照明灯、反光伞、反光板、背景纸辅助器材。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训8 拍摄商品图片

### 一、实训目标

本实训要求根据本网店装修风格拍摄商品的图片。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，按照商品拍摄计划，进行相机的基本设置，布光、构建拍摄环境，拍摄商品图片。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 明确拍摄计划。
- (2) 构建拍摄环境。
- (3) 合理布光。
- (4) 按照拍摄计划从各个角度拍摄商品图片。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训9 拍摄商品视频

### 一、实训目标

本实训要求根据本网店装修风格及产品特点拍摄商品视频。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，首先详细了解商品并提炼商品的卖点，然后确定视频拍摄计划。再按照拍摄计划完成商品视频的拍摄。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 详细了解商品。
- (2) 提炼商品的特点及卖点。
- (3) 制定视频拍摄计划。
- (4) 搭建商品视频拍摄环境。
- (5) 遵循视频拍摄的原则拍摄商品视频。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 10 抠取图像中的汽车到背景素材中

### 一、实训目标

本实训要求将给定图像中的汽车抠出到背景素材中，如图 4-82 和图 4-83 所示。并为汽车制作投影效果。



图 4-82 汽车素材



图 4-83 背景素材

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，首先选择最恰当的方法和工具对汽车部分进行抠图，粘贴到素材图片中，然后制作投影效果。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 打开文件；
- (2) 分析要抠图部分，确定恰当的抠图方法；
- (3) 抠取图像，建立选区，复制选区；

(4) 打开素材，粘贴选区；

(5) 调整大小及位置；

(6) 制作投影。

**实训学时：** 2 学时

## **六、考核或评价标准**

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20 分		
(2)	组间评定	30 分		
(3)	指导老师评定	40 分		
(4)	企业导师评定	10 分		
合计				

## 实训 11 为失真的图像调色

### 一、实训目标

本实训要求将拍摄得到的颜色失真的商品图片进行调色，调整为真实的商品颜色。如图 4-84 和图 4-85 所示。



图 4-84 拍摄图



图 4-85 真实产品颜色图

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，首先明确色彩失真的原因，然后确定恰当的调色命令进行调色。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。

(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

## 五、实训步骤、内容及学时

### 【步骤提示】

- (1) 打开需要调色的商品拍摄图；
- (2) 分析色彩失真的原因；
- (3) 选择恰当的命令进行调色。

实训学时： 2 学时

## 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20 分		
(2)	组间评定	30 分		
(3)	指导老师评定	40 分		
(4)	企业导师评定	10 分		
合计				

## 实训 12 对网店的目标客户进行定位分析

### 一、实训目标

确定网店所经营的商品的目标消费者群体，完成对目标客户具体的定位分析。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，要对个人网店所经营的商品的目标客户进行具体的和消费相关的属性分析。主要分析包括性别、年龄、婚姻情况、地理位置、收入情况及消费习惯等属性。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 确定本店所经营商品或服务的目标客户群体；
- (2) 分析目标客户的性别、年龄、婚姻情况、地理位置、收入情况等消费属性；
- (3) 对目标客户进行社会地位、职业、消费习惯等进行综合分析；
- (4) 总结目标客户的喜好及消费行为特点，得到整体的分析结论。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 13 确定网店的整体装修风格并配色

### 一、实训目标

根据目标客户喜好及消费行为特点确定个人网店的整体装修风格。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，在了解了目标客户的消费行为特点之后，确定网店的整体装修风格、确定网店的主色调，并进行合理的搭配色的选择。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 依据得到目标客户的喜好及消费行为特点分析确定个人网店的整体装修风格；
- (2) 确定能体现装修风格的网店的主色调；
- (3) 根据配色方法确定店铺的配色方案；
- (4) 确定网店的页面布局。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 14 店标的设计与制作

### 一、实训目标

进行个人网店的店标的设计与制作。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，针对个人店铺的装修风格，遵循店标设计的原则进行店标的设计，并运用相关的设计软件，完成店标的制作。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 根据店铺风格，确定店标的主色调及配色；
- (2) 分析店铺名称、经营商品类目及经营理念等构思店标设计要点；
- (3) 画出店标的草图；
- (4) 收集设计素材；
- (5) 使用相关的设计软件如 Photoshop 或 Illustrator，完成店标创意的制作。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 15 发布个人网店店标

### 一、实训目标

将设计制作好的个人网店店标发布到自己的网店上，并浏览效果。

### 二、项目（实训）中的具体任务

根据实训目标，在实训一完成了个人网店店标的设计并制作后，将保存在本地计算机上的店标在个人店铺中发布出去。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 进入淘宝网站首页，登录账号，进入千牛卖家工作台；
- (2) 打开“店铺基本设置”页面，上传店标；
- (3) 在淘宝网上搜索本店铺，在结果列表中查看上传店标的效果。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 16 商品主图设计

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的一款商品的五张主图设计。

### 二、项目（实训）中的具体任务

首先要明确主图的尺寸规范及设计要点，然后提炼要在设计的主图中体现出的商品的卖点，最后开始每一张主图的设计实现。其中重点设计第一张主图，也就是首图。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 提炼商品的卖点；
- (2) 进行每一张主图的内容规划，可制作成主图规划表；
- (3) 收集主图的模板或竞争对手的商品主图，确定主图尤其是首图的效果；
- (4) 收集制作主图需要的商品照片、边框、背景等全部素材；
- (5) 逐一进行主图的制作。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 17 商品焦点图设计

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的一款商品详情描述中的第一张图商品焦点图的设计与制作。

### 二、项目（实训）中的具体任务

首先明确焦点图设计要点，然后撰写焦点图的文案，然后进行焦点图效果的创意，最后完成焦点图的制作。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 撰写焦点图的文案；
- (2) 创意设计焦点图效果；
- (3) 依据创意设计搜集焦点图需要的商品照片、边框、背景等全部素材；
- (4) 焦点图效果的制作。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 18 商品卖点图的设计与制作

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的一款商品的详细描述中的卖点图的设计与制作。

### 二、项目（实训）中的具体任务

首先明确卖点图设计要点，再提炼商品卖点，然后撰写各部分卖点图的文案，然后进行各部分卖点图效果的创意，最后完成卖点图的制作。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 提炼商品卖点，用表格的形式表现；
- (2) 撰写卖点图的文案；
- (3) 创意设计卖点图效果；
- (4) 依据创意设计搜集卖点图需要的商品照片、边框、背景等全部素材；
- (5) 进行卖点图效果的制作。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 19 商品信息展示图的设计制作

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的一款商品详细描述中的商品信息展示图的设计与制作。

### 二、项目（实训）中的具体任务

首先明确商品信息展示图设计要点，然后确定展示商品的哪部分信息，再撰写商品信息展示图的文案，然后进行商品信息展示图效果的创意，最后完成商品信息展示图的制作。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 确定展示商品中的哪部分信息，用表格的形式表现；
- (2) 撰写商品信息展示图的文案；
- (3) 创意设计商品信息展示图效果；
- (4) 依据创意设计搜集商品信息展示图需要的商品资料和图片设计素材；
- (5) 进行商品信息展示图效果的制作。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 20 商品细节图的设计与制作

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的一款商品的详细描述中的细节图的设计与制作。

### 二、项目（实训）中的具体任务

首先明确细节图设计要点，再提炼要有顺序地展示商品的哪些细节，然后撰写各部分细节图的文案，然后进行细节图效果的创意，最后完成细节图的制作。

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

- (1) 提炼商品卖点，用表格的形式表现；
- (2) 撰写细节图的文案；
- (3) 创意设计细节图效果；
- (4) 依据创意设计搜集细节图需要的商品细节照片等全部素材；
- (5) 进行细节图效果的制作。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 21 网店开设与装修(综合实训 1)

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的店铺 PC 首页装修。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 根据 PC 端尺寸设计首页美工图；
2. 完成 PC 端代码排版；

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝尺寸要求；

步骤 2：将美工图分为几个模板；

步骤 3：对各个模块，使用 HTML 代码中盒子、内部样式表、定位、超链接代码完成排版；

步骤 4：上传图片，替换代码中的图片连接为图片空间连接；

步骤 5：完成超链接制作；

步骤 6：使用全屏框架代码封装代码，并上传到淘宝装修平台；

步骤 7：预览装修效果。

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 22 网店开设与装修(综合实训 2)

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的店铺 APP 首页装修。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 根据 APP 端新版装修尺寸设计首页美工图；
2. 完成 APP 端图片上传及热点制作；

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝 APP 端新版尺寸要求（750px）；

步骤 2：将美工图上传至图片空间；

步骤 3：进入装修后台；

步骤 4：完成店招图片上传；

步骤 5：选择自定义模块；

步骤 6：选择图片，通过图片热点设计超链接；

步骤 7：在首页中添加首页视频，注意 APP 端首页视频不超过 2 分钟；

步骤 8：在首页模块中添加系统模板：买家秀、团购、淘抢购等模块。

步骤 9：保存并发布。。

**实训学时：** 2 学时

## 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 23 网店商品信息管理与发布(综合实训 3)

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的发布商品。

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、确定发布流程’
- 2、宝贝发布流程
- 3、宝贝详情页的构成及排版设计

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

步骤 1：确定发布流程’

步骤 2：宝贝发布流程

步骤 3：宝贝详情页的构成及排版设计

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

## 实训 24 网店物流与配送(综合实训 4)

### 一、实训目标

完成个人淘宝店铺的设置网店物流模板。

### 二、项目（实训）中的具体任务

1. 设置模板
2. 创建多个种类的运费模块
3. 应用于宝贝中

### 三、背景知识

计算机基础知识，计算机网络基本知识，电子商务网店装修知识，电子商务图片处理基本知识，电子商务网页设计基本知识

### 四、实训工具与设备

计算机一台，计算机网络，淘宝账号，装修后台平台等

- (1) 互联网接入。
- (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。
- (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
- (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 【步骤提示】

步骤 1：设置模板

步骤 2：创建多个种类的运费模块

步骤 3：发布商品运用上模板

实训学时： 2 学时

### 六、考核或评价标准

上机表现、纪律情况、实训态度；

上机作业完成效果、实训报告完成情况；

指导教师对学生的实训情况进行检查评定成绩。

工作考核页

序号	评定方	分值	总结与归纳	作品成绩
(1)	组内自评	20分		
(2)	组间评定	30分		
(3)	指导老师评定	40分		
(4)	企业导师评定	10分		
合计				

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院： 数智经济贸易学院  
专    业： 电子商务  
课    程： 《电商项目开发基本技能》  
制  定  人： 高进锋  
教研室审核： \_\_\_\_\_  
学  院  审  批： \_\_\_\_\_

# 目 录

实训一	PHP 表达式	1
实训二	PHP 流程控制语句	4
实训三	PHP 流程控制语句之二	6
实训四	PHP 流程控制语句之三	9
实训五	一维数组	12

# 实训一 PHP 表达式

## 一、项目（实训）目标

- 1、掌握 PHP 算术运算符
- 2、掌握 PHP 赋值运算符
- 3、掌握 PHP 递增/递减运算符

## 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、设计求小程序，求一元二次方程的解



## 三、背景知识

- 1、PHP 表达式应用
- 2、解一元二次方程
- 3、PHP 语言

## 四、工具与设备

PC 机一台

## 五、实施步骤与内容

步骤一：设计浏览器端界面；



```

<table width="463" height="38" border="0" cellpadding="0"
cellspacing="0">
  <tr>
    <td width="175" valign="middle"><font face="楷体_GB2312" size=5>
求一元二次方程</font></td>
    <td width="155" valign="middle"></td>
    <td width="133" valign="middle"><font face="楷体_GB2312" size=5>
的解</font></td>
  </tr>
</table>
<p>请输入系数: </p>
<form id="form1" name="form1" method="post" action="do4.php">
<p>A=<input name="aa" type="text" ></p>
<p>B=<input name="bb" type="text" ></p>
<p>C=<input name="cc" type="text" ></p>
<p><input type="submit" name="Submit" value="提交" />
  <input type="reset" name="Submit2" value="重置" />
</p>
</form>

```

步骤二：PHP 程序 do4.php 的数据采集、处理、输出

学生自己完成设计，要求点提交后，判断 a、b、c 系数是否有错，有错提示并重输，正确则计算出方程的解并输出。



## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、采集界面 2、输出界面 3、能否正确输出	80
总分		100

## 实训二 PHP 流程控制语句

### 一、项目（实训）目标

- 1、掌握 IF 条件控制语句
- 2、掌握 IF 条件控制语句的几种结构
- 3、掌握 IF 条件控制语句的执行流程

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、设计一小程序，录入两位学生的姓名和平均成绩；利用 IF 语句计算显示这两位学生的成绩等级，分优 ( $\geq 90$ )、良 ( $\geq 80$ )、中 ( $\geq 70$ )、及格 ( $\geq 60$ )、不及格 ( $< 60$ )，把代码或运行结果粘贴下来。



### 三、背景知识

- 1、PHP 流程控制语句
- 2、PHP 语言

### 四、工具与设备

PC 机一台

### 五、实施步骤与技术要点

步骤一：设计一小程序，录入两位学生的姓名和平均成绩；利用 IF 语句计算显示这两位学生的成绩等级，分优 ( $\geq 90$ )、良 ( $\geq 80$ )、中 ( $\geq 70$ )、及格 ( $\geq 60$ )、不及格 ( $< 60$ )，把代码或运行结果粘贴下来。



步骤二：对程序做改进，显示时，成绩高的在前面，成绩低的在后。

效果如下：



步骤三：对程序进行改进，表单录入数据做限制，对错误录入提示错误并要求重新输入。

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20
任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、采集界面 2、输出界面 3、能否正确输出	80
总分		100

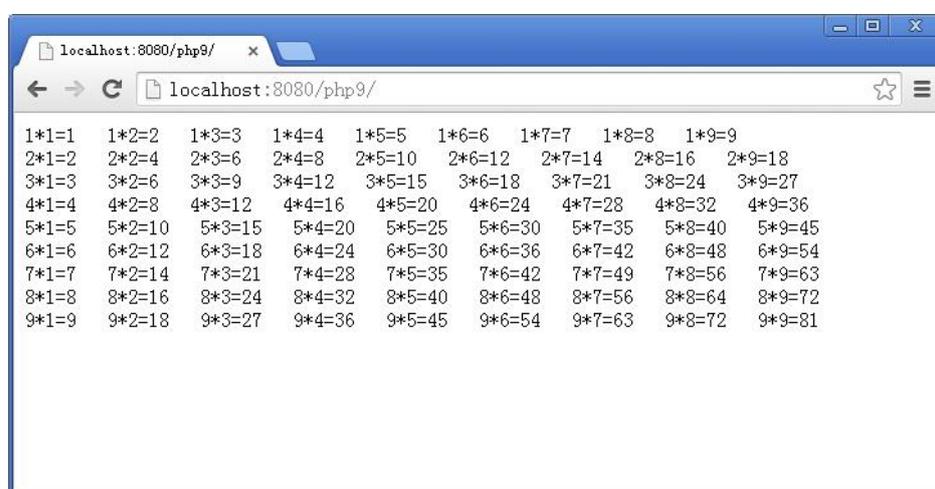
## 实训三 PHP 流程控制语句之二

### 一、项目（实训）目标

- 1、掌握 for 循环控制语句
- 2、掌握 for 循环控制语句结构
- 3、掌握 for 循环控制语句的执行流程

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、设计一小程序，打印 9\*9 的乘法表



The screenshot shows a web browser window with the address bar set to localhost:8080/php9/. The main content area displays a 9x9 multiplication table with the following text:

```
1*1=1 1*2=2 1*3=3 1*4=4 1*5=5 1*6=6 1*7=7 1*8=8 1*9=9
2*1=2 2*2=4 2*3=6 2*4=8 2*5=10 2*6=12 2*7=14 2*8=16 2*9=18
3*1=3 3*2=6 3*3=9 3*4=12 3*5=15 3*6=18 3*7=21 3*8=24 3*9=27
4*1=4 4*2=8 4*3=12 4*4=16 4*5=20 4*6=24 4*7=28 4*8=32 4*9=36
5*1=5 5*2=10 5*3=15 5*4=20 5*5=25 5*6=30 5*7=35 5*8=40 5*9=45
6*1=6 6*2=12 6*3=18 6*4=24 6*5=30 6*6=36 6*7=42 6*8=48 6*9=54
7*1=7 7*2=14 7*3=21 7*4=28 7*5=35 7*6=42 7*7=49 7*8=56 7*9=63
8*1=8 8*2=16 8*3=24 8*4=32 8*5=40 8*6=48 8*7=56 8*8=64 8*9=72
9*1=9 9*2=18 9*3=27 9*4=36 9*5=45 9*6=54 9*7=63 9*8=72 9*9=81
```

### 三、背景知识

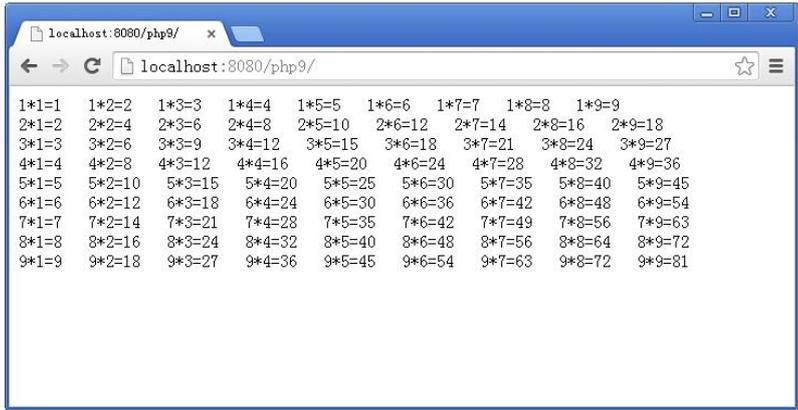
- 1、PHP 流程控制语句
- 2、PHP 语言

### 四、工具与设备

PC 机一台

### 五、实施步骤与技术要点

- 步骤一：设计一小程序，打印 9\*9 的乘法表



步骤二：对程序做改进，用表格显示。

效果如下：



步骤三：再对程序进行改进，按如下显示表格。



## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20

任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、 正确输出九九乘法表 2、 正确输出九九乘法表表格 3、 正确输出九九乘法表简单版	80
总分		100

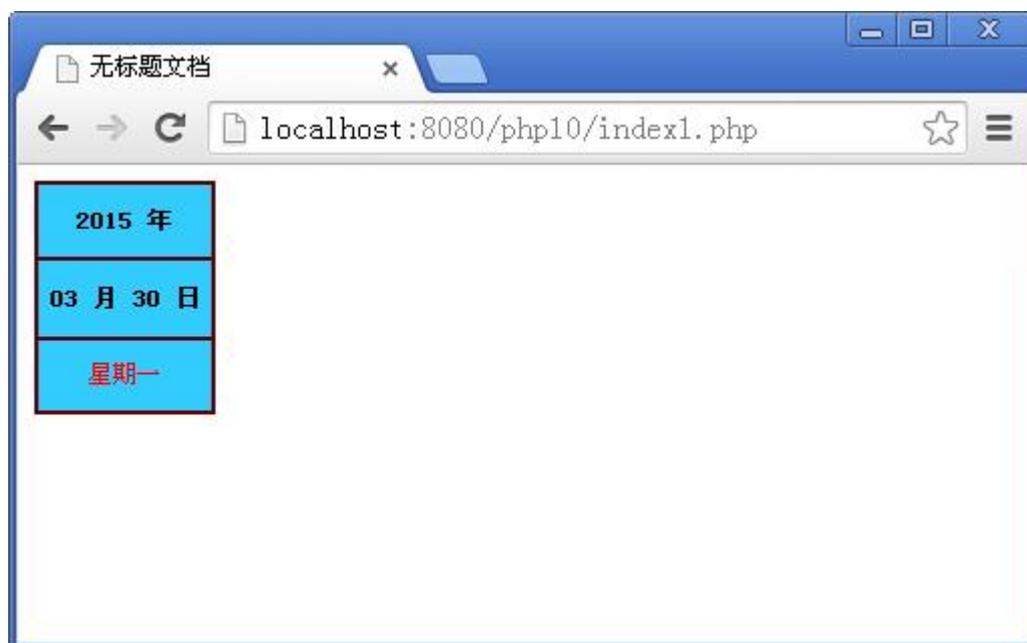
## 实训四 PHP 流程控制语句之三

### 一、项目（实训）目标

- 1、掌握 switch 控制语句
- 2、掌握 switch 语句结构
- 3、掌握 switch 语句的执行流程

### 二、项目（实训）中的具体任务

- 1、设计一小程序，显示当天的日期，如下



### 三、背景知识

- 1、PHP 流程控制语句
- 2、PHP 语言

### 四、工具与设备

PC 机一台

### 五、实施步骤与内容

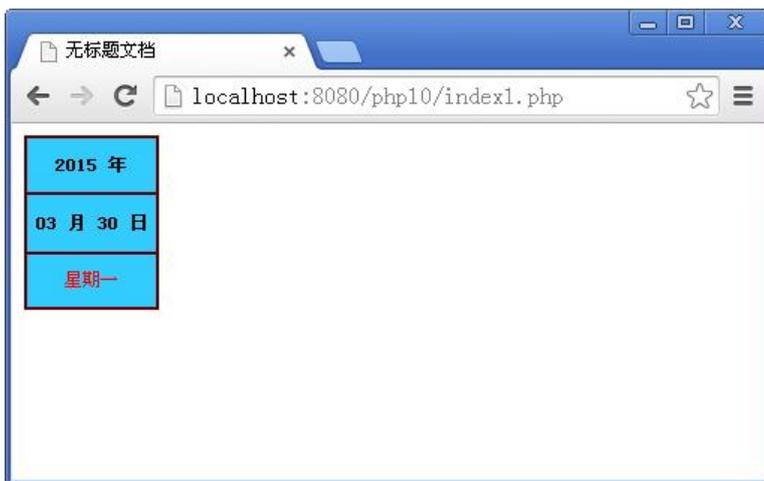
- 步骤一：设计一小程序，显示当天的日期，如下



步骤二：对程序做改进，星期几用星期一~星期六、星期天表示  
效果如下：



步骤三：再对程序进行改进，设计网页小日历



## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20

任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、 正确输出今天日期 2、 正确输出今天日期和星期几 3、 正确输出小日历	80
总分		100

## 实训五 一维数组

### 一、项目（实训）目标

- 1、掌握一维数据的创建
- 2、掌握一维数据的访问
- 3、掌握一维数据的应用

### 二、项目（实训）中的具体任务

1、设计一小程序，求两个自然数之间的质数，要求把所求得的质数先存储在数组\$numbers 中，然后输出数组来显示结果。



### 三、背景知识

- 1、PHP 一维数组
- 2、PHP 语言

### 四、工具与设备

PC 机一台

### 五、实施步骤与技术要点

步骤一：设计一小程序，求两个自然数之间的质数，要求把所求得的质数先存储在数组\$numbers 中，然后输出数组来显示结果。

效果如下：

参数输入界面



结果显示界面



步骤二：再对程序进行改进，每显示 10 个质数自动换行显示。



步骤三：对输入进行排错，对错误（X/Y 不是数字或不是自然数；X>Y;）提示“录入有误，请重新输入！”

## 六、考核或评价标准

考核项目	考核方法	分值（分）
学习态度	根据课堂考勤、课堂表现，由教师综合决定。	20

任务实施	根据实训项目指导书考核以下几个方面： 1、正确使用数组存放质数 2、正确访问数组 3、正确输出质数	80
总分		100

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	电商直播运营
制    定    人:	朱雪香
实训周(次)学时:	2 学时
实训周(次)数:	9 次(第 9 周至 17 周内安排)
实训总学时:	18 学时
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训 1：5 服装行业直播-女装（一） .....	3
实训 2：5 服装行业直播-女装（二） .....	5
实训 3：5 服装行业直播-男装（一） .....	6
实训 4：5 服装行业直播-男装（二） .....	9
实训 5：5 美妆行业直播（一） .....	11
实训 6：5 美妆行业直播（二） .....	14
实训 7：5 游戏行业直播（一） .....	17
实训 8：5 游戏行业直播（二） .....	20
实训 9：5 餐饮行业直播 .....	22

## 实训 1：5 服装行业直播-女装（一）

### 一、实训目标

1. 了解直播团队的组织架构。
2. 了解不同层级直播团队人员组成及其职责。
3. 了解数字人主播的优点。
4. 掌握主播人设打造策略。
5. 掌握商家选择主播的策略。
6. 掌握主播助理的类型、必备技能和工作内容。

### 二、实训内容

1. 直播团队组织架构
2. 直播团队的组建
3. 主播人设打造策略
4. 商家直播选择主播的策略
5. 主播助理的培养

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练、撰写小结等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组报告。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

直播间、手机、多媒体、纸、笔等。

### 六、实验课程内容和学时分配

#### （一）实训步骤及内容

1. 导入
2. 介知识点

## 一、标配版直播团队

企业或商家选择直播带货，一般会按一场直播的完整流程所产生的职能需求组建标配版直播团队。标配版直播团队人员职能分工如下表所示。

运营（1人）职能	策划（1人）职能		场控（1人）职能	主播（1人）职能
营销任务分解； 货品组成； 品类规划； 结构规划； 陈列规划； 直播间数据运营	商品权益活动； 直播间权重活动； 粉丝分层活动； 排位赛制活动； 流量资源策划	商品脚本； 活动脚本； 关注话术脚本； 控评话术脚本； 封面场景策划； 下单角标设计； 妆容、服饰、道具等	直播设备调试； 直播软件调试； 保障直播视觉效果； 发券、配合表演； 后台回复； 数据即时登记反馈	熟悉商品脚本； 熟悉活动脚本； 话术运用； 做好复盘； 控制直播节奏； 总结情绪、表情、 声音等

### 培养主播直播的基本能力

1. 形象管理能力
  - (1) 精致的妆容
  - (2) 整洁、得体的着装
  - (3) 所选商品符合主播形象
2. 语言表达能力
  - (1) 语言幽默化
  - (2) 语言要有亲和力
  - (3) 积极互动，有效沟通
  - (4) 表达内容丰富
3. 良好的心理素质
4. 灵活应变能力

## 二、主播直播带货必备的专业能力

主播要想成功地通过直播带货，除了具备以上基本能力，还必须具备直播带货必备的专业能力。

1. 商品讲解能力
2. 商品带货能力
  - 第一阶段
  - 第二阶段
  - 第三阶段
3. 直播控场能力
  - (1) 营造直播间的氛围
  - (2) 上架与讲解商品
  - (3) 打消用户的顾虑
  - (4) 与助理密切配合
  - (5) 与用户互动
    - 多用问句
    - 进行商品比价
    - 推出粉丝专享特价款
    - 实时改价
    - 主推款送赠品
    - 邀好友，承诺赠送福利

### 3. 分组讨论

4-6 人分组策划演练直播流程

### 4. 分组演练

形成 1-3 分钟女装直播视频

### 5. 直播作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

## 实训 2：5 服装行业直播-女装（二）

### 二、实训目标

了解直播运营基本流程以及常见直播形式；

掌握直播商品选择与规划的方式；

### 二、实训内容

“过款式”和“循环式”直播流程练习

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

## **六、实验课程内容和学时分配**

### **(一) 实训步骤及内容**

1. 导入
2. 介知识点

#### **一、“过款式”流程**

所谓“过款式”流程，是指在直播中按照一定的顺序一款一款地讲解直播间里的商品。由于一场直播持续的时间较长，直播期间会不断有用户离开直播间，也会不断有新用户进入直播间。因此，在直播结束前 20 分钟左右，主播可以将本场直播中的所有商品再快速地过一遍，这样不仅可以让新进入直播间的用户了解本场直播中的各款商品，还可以形成一些订单，提高本场直播的成交额。

#### **二、“循环式”流程**

“循环式”流程就是在直播中循环介绍直播间中的商品。假如在一场直播中主播要推荐 4 款商品，那么，主播可以以 30~40 分钟为一个周期，将 4 款商品在一场 130 分钟的直播里循环 3~4 遍。

#### **3. 分组讨论**

4-6 人分组策划演练直播流程

#### **4. 分组演练**

选择一个流程形成 1-3 分钟女装直播视频

#### **5. 直播作品展示**

#### **6. 评估评价**

### **(二) 学时：2 学时**

## **七、考核方式**

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 3：5 服装行业直播-男装（一）

### 三、实训目标

- （1）掌握各种直播活动脚本的设计方法。
- （2）能够设计直播前准备工作策划脚本。

### 二、实训内容

- （1）设计直播前准备工作策划脚本

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

直播间、手机、多媒体、纸、笔等。

### 六、实验课程内容和学时分配

#### （一）实训步骤及内容

1. 导入
6. 介知识点

#### 一、直播脚本的作用

直播脚本的作用就是为整场直播做出全局性谋划。一份清晰、详细、可执行的直播脚本是直播顺利进行，并取得良好效果的有力保障。具体来说，直播脚本的作用主要体现在以下 3 个方面。

1. 提高直播筹备工作的效率
2. 帮助主播梳理直播流程
3. 控制直播预算

#### 二、直播前准备工作策划脚本的设计

直播运营团队可以通过撰写直播前准备工作策划脚本来规划直播前的准备工作。直播前准备工作策划脚本有利于提高直播的效率，降低直播中出现错误的概率。以淘宝直播为例，直播运营团队可以设计直播前准备工作策划脚本。

直播前 16~20 天：选品、确定主播人选、确定直播方式

直播前 8~15 天：确定直播间活动

直播前 6~7 天：寄送样品

直播前 5 天：准备创建直播间所需的相关材料

直播前 1~4 天：直播宣传预热

### 三、直播中单品脚本的设计

单品脚本就是针对单个商品的脚本。为了帮助主播明确商品卖点，熟知每款商品的福利，直播运营团队应为直播中的每款商品都准备一个对应的直播脚本。

直播运营团队可以将单品脚本设计成表格形式，将品牌介绍、商品卖点、直播利益点、直播时的注意事项等内容都呈现在表格中，这样既便于主播全方位地了解直播商品，也能有效地避免人员在对接过程中产生疑惑或不清楚的地方。

对于商家来说，开展直播营销的目的一般是激发用户的兴趣，促使用户即时成交，所以会在直播中突出场景化。为了实现这一目的，商家可以采用一种特殊的单品脚本，即列阵式脚本单元。

列阵式脚本单元是指一个脚本单元的时长为 5~10 分钟，其中包括货品介绍 3~5 分钟、介绍活动卖点 2~3 分钟、与用户互动 3~4 分钟。这三项组成了一个单品的列阵式脚本单元，而整场直播都以这个单元循环进行。

列阵式脚本单元的特点如下。

- 节奏把握难度低
- 激活直播后台的推流能力
- 主题明确
- 减轻主播压力

#### 3. 分组讨论

4-6 人分组策划演练直播脚本

#### 4. 分组演练

形成男装直播前策划脚本

## 5. 直播作品展示

## 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 4：5 服装行业直播-男装（二）

### 四、实训目标

- (1) 掌握各种直播活动脚本的设计方法。
- (2) 能够设计直播前准备工作策划脚本。
- (3) 能够设计单品脚本和整场直播活动脚本。

### 二、实训内容

- (1) 设计单品脚本和整场直播活动脚本。

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

### 六、实验课程内容和学时分配

- (一) 实训步骤及内容

1. 导入
2. 介知识点

## 一、直播中单品脚本的设计

单品脚本就是针对单个商品的脚本。为了帮助主播明确商品卖点，熟知每款商品的福利，直播运营团队应为直播中的每款商品都准备一个对应的直播脚本。

直播运营团队可以将单品脚本设计成表格形式，将品牌介绍、商品卖点、直播利益点、直播时的注意事项等内容都呈现在表格中，这样既便于主播全方位地了解直播商品，也能有效地避免人员在对接过程中产生疑惑或不清楚的地方。

对于商家来说，开展直播营销的目的一般是激发用户的兴趣，促使用户即时成交，所以会在直播中突出场景化。为了实现这一目的，商家可以采用一种特殊的单品脚本，即列阵式脚本单元。

列阵式脚本单元是指一个脚本单元的时长为 5~10 分钟，其中包括货品介绍 3~5 分钟、介绍活动卖点 2~3 分钟、与用户互动 3~4 分钟。这三项组成了一个单品的列阵式脚本单元，而整场直播都以这个单元循环进行。

列阵式脚本单元的特点如下。

- 节奏把握难度低
- 激活直播后台的推流能力
- 主题明确
- 减轻主播压力

## 二、整场直播活动脚本设计

整场直播活动的脚本是对整场直播活动的内容与流程的规划与安排，重点是规划直播活动中的玩法和节奏。通常来说，整场直播活动的脚本应该包括以下要点。

- 直播主题
- 直播目标
- 主播介绍
- 直播时间
- 注意事项
- 人员安排
- 直播流程细节

优秀的整场直播活动脚本要考虑到细枝末节，让主播从上播到下播都有条不紊，让每个参与人员、道具都得到充分调配。

### 3. 分组讨论

4-6 人分组策划演练直播脚本

### 4. 分组演练

形成男装直播前策划脚本

### 5. 直播作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 5：5 美妆行业直播（一）

### 五、实训目标

1. 掌握直播间选品策略。
2. 掌握直播间商品定价策略。
3. 掌握直播间商品结构规划方法。
4. 掌握直播间商品陈列方式。

### 二、实训内容

1. 直播间选品策略
2. 直播间商品定价策略
3. 直播间商品结构规划

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

## 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

## 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

## 六、实验课程内容和学时分配

### （一）实训步骤及内容

1. 导入
2. 介知识点

直播间选品策略

#### 一、分析画像

在直播过程中，主播类似于导购，其主要作用是帮助用户减少购物的决策时间。要想提高直播间的转化率，主播要学会分析用户画像。

用户画像一般由性别、年龄、地域、兴趣爱好、购物偏好等组成，主播在选品时要判断商品是否符合用户画像所描述的需求。

#### 二、看匹配度

不管是达人主播还是商家主播，推荐的商品都要与主播的人设相匹配。例如，推荐美妆产品时，皮肤状态较差的主播就会缺乏说服力，而拥有美妆产品销售经验、皮肤状态很好的主播就有很高的可信度。

直播平台在选择主播时，要把握好主播的定位。主播带货按商品分布类型可分为以下两种情况。

- 品类垂直
- 全品类覆盖

#### 三、分析需求

主播可以通过用户画像预估用户的需求，针对用户的年龄层次、男女比例、兴趣爱好等选择合适的商品。

用户的总体需求可以归结为以下 3 个层面。

1. 保持新鲜感
2. 保证商品的品相
3. 保证商品的质量

主播还可以根据马斯洛需求层次理论来分析用户的需求，并据此进行选品。

- (1) 生理需求
- (2) 安全需求
- (3) 社交需求
- (4) 尊重需求
- (5) 自我实现

#### 四、贴合热度

#### 五、高性价比

在直播带货过程中，性价比高的商品更受用户欢迎。很多大主播在直播时会为用户提供“超值优惠”“无条件退换”等福利，这样就容易让用户感觉自己不仅能享受优惠，还能让自身权益获得保障。用户对主播产生较高的信任时，就愿意多次购买其直播间中的商品，所以这些主播的直播间用户的复购率非常高。

#### 六、精选货源

直播间商品的来源主要有以下 4 种渠道。

1. 分销平台
2. 自营品牌
3. 合作商
4. 供应链

#### 直播间商品定价策略

##### 一、根据主播人设选择价格区间

主播的人设可以分为 3 种类型。

(1) 专业型主播在为商品定价时，价格可以以高客单价为主，以中客单价为辅。

(2) 文化娱乐型主播在为商品定价时，价格要以中客单价为主，以低客单价为辅。

(3) 低价型主播为商品定价时，价格要以低客单价为主，以中客单价为辅。

## 二、商品组合定价法

对于直播来说，组合定价法同样适用。商品组合定价应遵循三大原则。

1. 赠品和商品有关联
2. 套装搭配，给用户满足感
3. 赠品在直播过程中要提前多次出镜

## 三、花式价格策略

花式价格策略通常采用阶梯型价格，主要用于销售客单价较低或成套售卖的商品，相当于传统“买一送一”的升级版。

### 3. 分组讨论

4-6 人分组

根据自己选择的账号策划演练美妆选品方式

### 4. 形成 PPT

形成美妆选品方式 PPT

### 5. 作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 6：5 美妆行业直播（二）

### 七、实训目标

1. 掌握直播间商品结构规划方法。
2. 掌握直播间商品陈列方式。
3. 掌握直播间商品精细化配置与管理方法。

### 二、实训内容

直播间商品结构规划

直播间商品陈列

直播间商品的精细化配置与管理

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

### 八、实验课程内容和学时分配

#### （一）实训步骤及内容

1. 导入
2. 介知识点

直播间商品结构规划

商品结构规划不仅会影响直播间的销售业绩，还会影响直播间抵御风险的能力。通常来说，一个直播间内的商品应该包括印象款、“引流”款、福利款、利润款、品质款等 5 种商品类型，这 5 种不同类型的商品在直播间里分别担任不同的角色，发挥着不同的作用。

## 一、印象款

印象款是指促成直播间第一次交易的商品。完成第一次交易后，用户会对主播或直播间产生印象，形成一定的信任度，再次进入直播间的概率会增加，所以印象款的重要性是毋庸置疑的。适合作为印象款的商品可以是高性价比、低客单价的常规商品。

## 二、“引流”款

鉴于流量对直播电商的重要性，每一个主播在直播时都应该设置“引流”款。这些商品的价格比较低，毛利率属于中间水平。“引流”款一般放在直播的开始阶段，如1元包邮、9.9元包邮等。用户的购买决策成本较低，再加上各种具有紧迫感的促销活动，可以快速提高商品转化率。

## 三、福利款

福利款一般是粉丝专属，也就是所谓的“宠粉款”。直播间的用户只有加入粉丝团，才有机会购买福利款。主播在做福利款时，有的是将某款商品作为福利免费送出；有的是将某款商品做成低价款，如“原价99元，今天‘宠粉’，9.9元，限售1万件”，来激发粉丝的购买热情。

## 四、利润款

直播带货的目的是帮助企业或商家实现盈利，所以主播一定要推出利润款来实现盈利，且利润款在所有商品中要占较高的比例。利润款有两种定价模式：一种是直接对单品定价，另一种是对组合商品定价。

利润款要等到“引流”款将直播间人气提升到一定高度后再引入，并趁热打铁，这样更容易促成交易，提高转化率。

## 五、品质款

品质款又称战略款、形象款，承担着提供信任背书、提升品牌形象的作用。品质款的意义在于吸引用户驻足观看，同时让用户觉得价格和价值略高于预期，所以主播要选择一些高品质、高格调、高客单价的小众商品作为品质款。

### 第四节 直播间商品陈列

商品陈列是烘托直播间购买氛围的手段，而商品是陈列的重点，陈列方式、空间设计、商品三者合一才能成就完美的直播。直播间的商品陈列主要有主题式、

品类式和组合式 3 种类型。

### 一、主题式

主题式商品陈列的主要特征是统一，即与直播间的主题保持一致。一般来说，直播间的主题可以分为以下 3 种类型。

- 节假日
- 季节
- 商品品类

### 二、品类式

这种商品陈列方式主要是通过品类的组合，为用户营造琳琅满目、可以充分选择的购物氛围，从而让用户购买到自己心仪的商品。

### 三、组合式

这种商品陈列方式主要是通过强调商品与商品之间的紧密联系和搭配，引导用户将商品组合起来后同时下单。

### 3. 分组讨论

#### 4-6 人分组

根据自己选择的账号策划美妆直播间商品结构规划

### 4. 形成 PPT

形成美妆直播间商品结构规划 PPT

### 5. 作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 7：5 游戏行业直播（一）

### 九、实训目标

1. 掌握直播间的场景布置方法。
2. 掌握直播间辅助道具的使用方法。
3. 掌握直播间的灯光布置方法。

### 二、实训内容

直播间的布置

各类商品直播间布置

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

### 十、实验课程内容和学时分配

#### （一）实训步骤及内容

1. 导入
2. 介知识点

#### 一、直播间的场景布置

直播间是用户最直接的视觉体验场所，因此直播间必须保持干净、整洁。运营人员在开播前要把各种商品、道具都摆放整齐，营造一个简洁、大方、明亮、舒适的直播环境。

作为电商直播间，商品营销是主要目的，所以最好用销售的商品来装饰直播间。也可以将实体店作为直播间，以凸显直播的场景感。还可以在直播间布置虚拟背景，如视频画面。

## 二、直播间辅助道具的使用

主播直播时使用辅助道具，能够非常直观地传达主播的意图，强调直播营销环节中的重点，还能成功地吸引用户的注意力，丰富直播画面，加深用户对直播或商品的印象。

直播间常用的辅助道具包括以下几种。

- (1) 商品实物
- (2) 黑板、白板、荧光板等道具板
- (3) 手机、平板电脑、电子大屏等
- (4) 计算器、秒表等

## 三、直播间的灯光布置

### 1. 直播间灯光的选择

一般直播间对灯光的要求如下。

- (1) 主灯
- (2) 补光灯
  - ①选择亮度可调节的灯
  - ②选择高频闪的灯
- (3) 冷暖灯

### 2. 直播间灯光的摆设

按照灯光的作用来划分，直播间内用到的灯光可以分为主光、辅助光、轮廓光、顶光和背景光。不同的灯光采用不同的摆放方式，创造出来的光线效果也不同。

- (1) 主光
- (2) 辅助光
- (3) 轮廓光
- (4) 顶光
- (5) 背景光

### 3. 常用的直播间布光法

- (1) 三灯布光法
- (2) 伦勃朗布光法

(3) 蝴蝶光瘦脸法

### 3. 分组讨论

4-6 人分组

根据自己选择的账号搭建直播间和直播间的灯光布置

### 4. 形成作品

形成自己独特风格的直播间

### 5. 作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

## 实训 8：5 游戏行业直播（二）

### 一、实训目标

1. 掌握直播间的灯光布置方法。
2. 了解搭建数字直播间的步骤。
3. 掌握各类商品直播间的布置方法。

### 二、实训内容

直播间的布置

游戏直播间布置

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

## 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

## 十一、实验课程内容和学时分配

### （一）实训步骤及内容

#### 1. 导入

#### 2. 介知识点

##### 1. 直播间灯光的摆设

按照灯光的作用来划分，直播间内用到的灯光可以分为主光、辅助光、轮廓光、顶光和背景光。不同的灯光采用不同的摆放方式，创造出来的光线效果也不同。

##### （1）主光

##### （2）辅助光

##### （3）轮廓光

##### （4）顶光

##### （5）背景光

#### 3. 常用的直播间布光法

##### （1）三灯布光法

##### （2）伦勃朗布光法

##### （3）蝴蝶光瘦脸法

#### 2. 搭建数字直播间

随着数字技术的不断进步，企业要正确认识数字人技术这一新生事物，并将其应用到直播中。企业要想搭建数字直播间，可以按照以下步骤来进行。

##### 1. 选择合适的平台

##### 2. 设计数字直播间

##### 3. 安装和配置数字人形象

##### 4. 设置数字直播间的灯光和音效

5. 开启数字直播间并进行测试

### 3. 分组讨论

4-6 人分组

根据自己选择的账号搭建直播间

### 4. 形成作品

形成自己独特风格游戏账号的直播间

### 5. 作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

## 实训 9：5 旅游行业直播

### 一、实训目标

1. 了解直播营销话术设计要点和原则。
2. 掌握直播营销的常用话术。
3. 掌握“三点”直播营销法。
4. 掌握各类直播间商品讲解要点。
5. 掌握直播间商品“四步营销法”。

### 二、实训内容

- 一、直播营销话术设计
- 二、直播营销“三点”方法论
- 三、直播间商品讲解要点拆解
- 四、直播间商品“四步营销法”

### 三、实训手段

通过情景模拟、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、直播演练等方式进行各实训内容的练习。

#### **四、实训基本要求**

要求学生能掌握直播运营中的基本要点，对直播有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组作品。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

#### **五、主要仪器设备及消耗品**

多媒体、纸、笔等。

### **十二、实验课程内容和学时分配**

#### **(一) 实训步骤及内容**

##### **1. 导入**

##### **2. 介知识点**

直播营销常用话术

按照直播营销的一般流程，直播营销的常用话术如下。

- (1) 直播预告：说明直播主题、直播时间、直播中的利益点。
- (2) 开播欢迎：介绍直播商品情况，介绍优惠或折扣力度；制造直播稀缺感；引导用户互动留言，激发用户的参与感。
- (3) 开播暖场：设置抽奖活动，引导用户参与互动。
- (4) 引导关注：强调福利，引导关注；强调签到领福利；强调直播内容的价值。
- (5) 邀请用户进群：设置福利，体现服务内容的价值；
- (6) 活跃直播间氛围：强调优惠；强调价值。
- (7) 转场引起下文：提问互动，引出下文；说明商品特色，引出下文。
- (8) 激起用户对商品的兴趣：提高商品的价值感；打破传统认知；构建商品的使用场景；强调商品的细节、优点。
- (9) 引导用户下单：强调售后服务；与原价做对比；偷换心理账户，强调价格优惠；引导查看商品链接；引导加入购物车。
- (10) 下播：表达感谢，引导关注；引导转发，表达感谢；强调直播间的价值观；商品预告；预告直播利益点。

## 直播营销“三点”方法论

### 一、什么是“三点”

“三点”指的是用户的“痛点”“痒点”“爽点”。它们是任何一种营销形式的根本立足点，是一切营销活动的诱因，是一切成功商品的商业基因。

1. “痛点”：用户恐惧
2. “痒点”：虚拟自我
3. “爽点”：即时满足

### 二、“三点”直播营销法

主播在选择“痛点”“痒点”或“爽点”作为营销点时，要根据直播间用户的购买决策来分析。用户购买决策分为两种倾向：偏理性倾向和偏感性倾向。

1. 偏理性倾向
2. 偏感性倾向

### 3. 分组讨论

#### 4-6 人分组

根据自己选择的账号写旅游直播间话术

### 4. 形成作品

形成 1-3 分钟直播视频

### 5. 作品展示

### 6. 评估评价

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	数智经济贸易学院
专    业:	电子商务
课    程:	电商装修及美工实战
制    定    人:	黄姣
实训周(次)学时:	4
实训周(次)数:	24(第1周至第12周内安排)
实训总学时:	48
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目录

项目一、制作高点击率主图 .....	7
一、 实训目标 .....	7
二、 项目（实训）中的具体任务 .....	7
三、 背景知识 .....	7
四、 实训工具与设备 .....	7
五、 实训步骤、内容及学时 .....	7
六、 考核或评价标准 .....	11
项目二、制作具有创意的直通车推广图 .....	12
一、 实训目标 .....	12
二、 项目（实训）中的具体任务 .....	12
三、 背景知识 .....	12
四、 实训工具与设备 .....	13
五、 实训步骤、内容及学时 .....	14
六、 考核或评价标准 .....	17
项目三、制作具有吸引力的智钻图 .....	18
一、 实训目标 .....	18
二、 项目（实训）中的具体任务 .....	18
三、 背景知识 .....	18
四、 实训工具与设备 .....	19
五、 实训步骤、内容及学时 .....	20
六、 考核或评价标准 .....	24
项目四、制作店铺店招 .....	25
一、 实训目标 .....	25
二、 项目（实训）中的具体任务 .....	25
三、 背景知识 .....	25
四、 实训工具与设备 .....	25
五、 实训步骤、内容及学时 .....	25
六、 考核或评价标准 .....	28
项目五、制作全屏轮播图 .....	29
一、 实训目标 .....	29
二、 项目（实训）中的具体任务 .....	29
三、 背景知识 .....	29
四、 实训工具与设备 .....	29
五、 实训步骤、内容及学时 .....	29
六、 考核或评价标准 .....	31
项目六、制作优惠券 .....	32

一、实训目标 .....	32
二、项目（实训）中的具体任务 .....	32
三、背景知识 .....	32
四、实训工具与设备 .....	33
五、实训步骤、内容及学时 .....	33
六、考核或评价标准 .....	34
<b>项目七、制作分类模块 .....</b>	<b>35</b>
一、实训目标 .....	35
二、项目（实训）中的具体任务 .....	35
三、背景知识 .....	35
四、实训工具与设备 .....	35
五、实训步骤、内容及学时 .....	35
六、考核或评价标准 .....	37
<b>项目八、制作其他模块 .....</b>	<b>38</b>
一、实训目标 .....	38
二、项目（实训）中的具体任务 .....	38
三、背景知识 .....	38
四、实训工具与设备 .....	38
五、实训步骤、内容及学时 .....	38
六、考核或评价标准 .....	41
<b>项目九、制作焦点图 .....</b>	<b>42</b>
一、实训目标 .....	42
二、项目（实训）中的具体任务 .....	42
三、背景知识 .....	42
四、实训工具与设备 .....	42
五、实训步骤、内容及学时 .....	42
六、考核或评价标准 .....	44
<b>项目十、制作商品卖点图 .....</b>	<b>45</b>
一、实训目标 .....	45
二、项目（实训）中的具体任务 .....	45
三、背景知识 .....	45
四、实训工具与设备 .....	45
五、实训步骤、内容及学时 .....	45
六、考核或评价标准 .....	48
<b>项目十一、制作商品信息展示图 .....</b>	<b>49</b>
一、实训目标 .....	49
二、项目（实训）中的具体任务 .....	49
三、背景知识 .....	49
四、实训工具与设备 .....	49

五、实训步骤、内容及学时 .....	49
六、考核或评价标准 .....	51
<b>项目十二、制作商品细节图 .....</b>	<b>52</b>
一、实训目标 .....	52
二、项目（实训）中的具体任务 .....	52
三、背景知识 .....	52
四、实训工具与设备 .....	52
五、实训步骤、内容及学时 .....	52
六、考核或评价标准 .....	53
<b>项目十三、制作商品快递与售后图 .....</b>	<b>54</b>
一、实训目标 .....	54
二、项目（实训）中的具体任务 .....	54
三、背景知识 .....	54
四、实训工具与设备 .....	54
五、实训步骤、内容及学时 .....	54
六、考核或评价标准 .....	55
<b>项目十四、制作无线端首页设计与制作（1） .....</b>	<b>56</b>
一、实训目标 .....	56
二、项目（实训）中的具体任务 .....	56
三、背景知识 .....	56
四、实训工具与设备 .....	56
五、实训步骤、内容及学时 .....	56
六、考核或评价标准 .....	63
<b>项目十五、制作无线端首页设计与制作（2） .....</b>	<b>64</b>
一、实训目标 .....	64
二、项目（实训）中的具体任务 .....	64
三、背景知识 .....	64
四、实训工具与设备 .....	64
五、实训步骤、内容及学时 .....	64
六、考核或评价标准 .....	67
<b>项目十六、制作无线端详情页设计与制作（1） .....</b>	<b>68</b>
一、实训目标 .....	68
二、项目（实训）中的具体任务 .....	68
三、背景知识 .....	68
四、实训工具与设备 .....	68
五、实训步骤、内容及学时 .....	68
六、考核或评价标准 .....	70
<b>项目十七、制作无线端详情页设计与制作（2） .....</b>	<b>71</b>

一、实训目标 .....	71
二、项目（实训）中的具体任务 .....	71
三、背景知识 .....	71
四、实训工具与设备 .....	71
五、实训步骤、内容及学时 .....	71
六、考核或评价标准 .....	73
<b>项目十八、办公用品类网店设计（1） .....</b>	<b>74</b>
一、实训目标 .....	74
二、项目（实训）中的具体任务 .....	74
三、背景知识 .....	74
四、实训工具与设备 .....	74
五、实训步骤、内容及学时 .....	74
六、考核或评价标准 .....	74
<b>项目十九、办公用品类网店设计（2） .....</b>	<b>75</b>
一、实训目标 .....	75
二、项目（实训）中的具体任务 .....	75
三、背景知识 .....	75
四、实训工具与设备 .....	75
五、实训步骤、内容及学时 .....	75
六、考核或评价标准 .....	75
<b>项目二十、数码配件类网店设计（1） .....</b>	<b>76</b>
一、实训目标 .....	76
二、项目（实训）中的具体任务 .....	76
三、背景知识 .....	76
四、实训工具与设备 .....	76
五、实训步骤、内容及学时 .....	76
六、考核或评价标准 .....	76
<b>项目二十一、数码配件类网店设计（2） .....</b>	<b>77</b>
一、实训目标 .....	77
二、项目（实训）中的具体任务 .....	77
三、背景知识 .....	77
四、实训工具与设备 .....	77
五、实训步骤、内容及学时 .....	77
六、考核或评价标准 .....	77
<b>项目二十二、手机配件类网店设计（1） .....</b>	<b>78</b>
一、实训目标 .....	78
二、项目（实训）中的具体任务 .....	78
三、背景知识 .....	78
四、实训工具与设备 .....	78

五、实训步骤、内容及学时 .....	78
六、考核或评价标准 .....	78
<b>项目二十三、手机配件类网店设计 (2) .....</b>	<b>79</b>
一、实训目标 .....	79
二、项目 (实训) 中的具体任务 .....	79
三、背景知识 .....	79
四、实训工具与设备 .....	79
五、实训步骤、内容及学时 .....	79
六、考核或评价标准 .....	79
<b>项目二十四、休闲玩具类网店设计 .....</b>	<b>80</b>
一、实训目标 .....	80
二、项目 (实训) 中的具体任务 .....	80
三、背景知识 .....	80
四、实训工具与设备 .....	80
五、实训步骤、内容及学时 .....	80
六、考核或评价标准 .....	80

# 项目一、制作高点击率主图

## 一、实训目标

掌握高点击率主图的制作方法。

## 二、项目（实训）中的具体任务

掌握主图的尺寸要求

掌握商品主图设计的要点

掌握商品主图的制作技巧

## 三、背景知识

在前面讲解了修饰图片内容、调整图片色彩和质感和扣取合成图像，以及为图像添加文字、形状等知识。

## 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

## 五、实训步骤、内容及学时

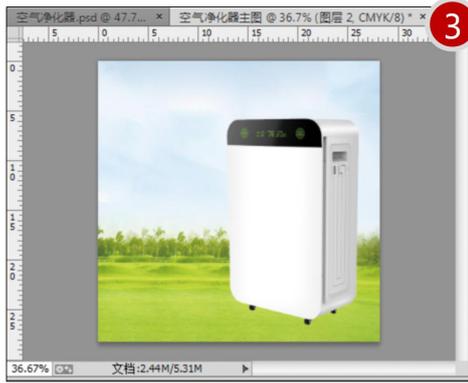
主图要有一定的亮点，本例将制作空气净化器的主图效果，该效果主要体现清新自然，并对“呵护”进行重点体现。其具体操作如下。



绘制路径并转换为选区



新建图像文件



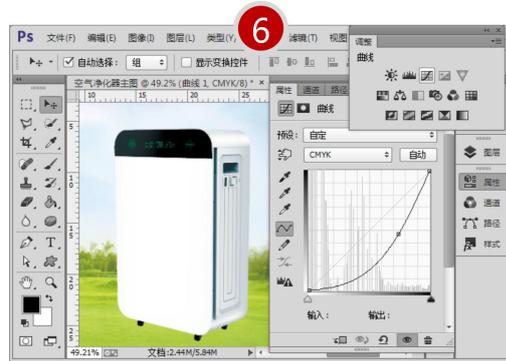
添加背景内容



建立图像选区



调整明暗度



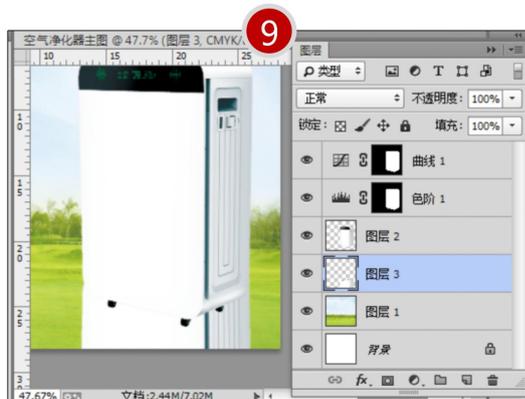
调整颜色对比度



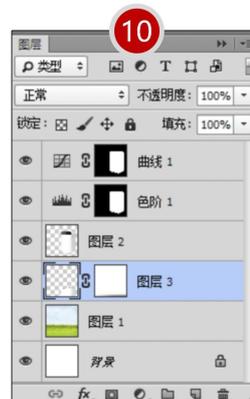
盖印图层



垂直翻转图像



调整翻转的图层



添加图层蒙版



设置高斯模糊



查看投影效果并设置不透明度



链接图层



添加树叶素材



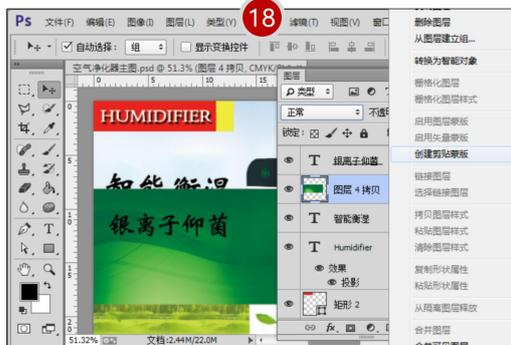
绘制矩形并输入文字



为文本设置投影



输入文字



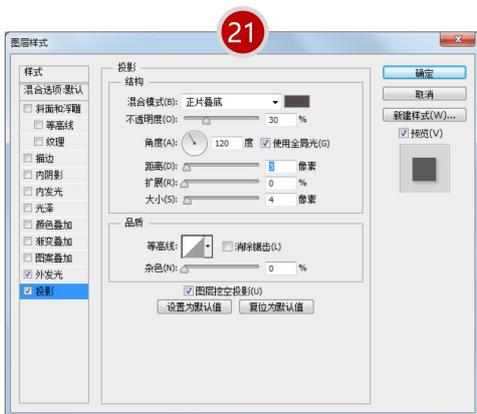
添加文件创建剪贴蒙版



19 设置其他剪贴蒙版



20 为文本图层添加外发光



21 为文本图层添加投影



22 拷贝图层样式应用于“银离子抑菌”文本图层



23 在文字下方绘制直线



24 绘制矩形并输入文字



25 制作其他文字



26 添加阳光效果



## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目二、制作具有创意的直通车推广图

### 一、实训目标

制作具有创意的直通车推广图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握直通车推广图的尺寸要求

掌握直通车推广图设计的要点

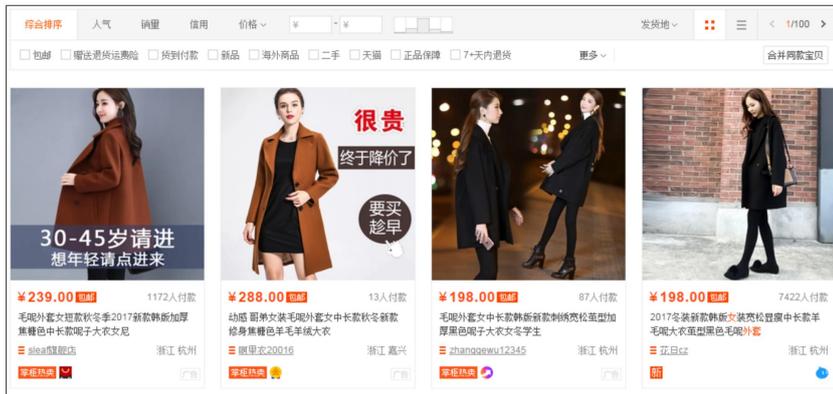
掌握直通车推广图的制作技巧

### 三、背景知识

淘宝直通车是阿里妈妈旗下的一个营销平台，是淘宝的一种付费推广方式，卖家通过设置关键词来推广商品，淘宝根据用户搜索的关键词在直通车展示位展示相关商品，买家点击商品产生流量。淘宝直通车推广可以多维度、全方位提供各类报表以及信息咨询，从而快速、便捷的进行批量操作。同时，淘宝直通车还给用户提供了淘宝首页热卖单品活动、各个频道的热卖单品活动以及不定期的淘宝各类资源整合的直通车用户专享活动。

不同时期，直通车投放的策略也有所不同，在直通车开通的前期，最主要目的是提高点击率，提高质量得分，使得排名靠前和推广费用降低，因此要求直通车图创意要十足、视觉冲击力要强，能够引人点击；而直通车开通的后期，最主要目的是精准引流，即直通车图不仅仅是让人点击，引进流量，而且要能促进订单的达成，提高流量的转化率，此时直通车图片要求目标消费者定位要明确，且图片的商品与详情页的描述或者真实的产品匹配度高。

### 1.2.3 直通车的展现位置



淘宝网搜索结果页面中间展示位置

### 1.2.3 直通车的展现位置



搜索结果页底端展示位置

### 1.2.3 直通车的展现位置



淘宝首页下方热卖单品展示位置

## 四、实训工具与设备

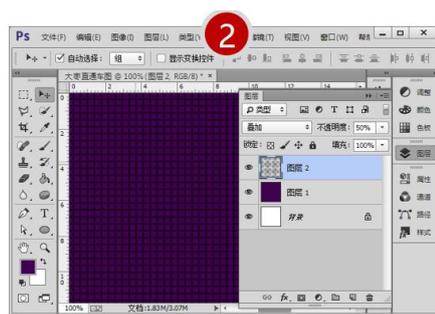
计算机、Photoshop CS6 以上版本

## 五、实训步骤、内容及学时

一般直通车推广图的制作方法主图的制作方法类似,注重的是对促销信息的描述,要在图片中尽量表现促销的吸引力(即各种促销手段)、体现促销的主题、促销活动的的时间等信息。本例将制作大枣的直通车图,其具体操作如下。



新建图层并填充颜色



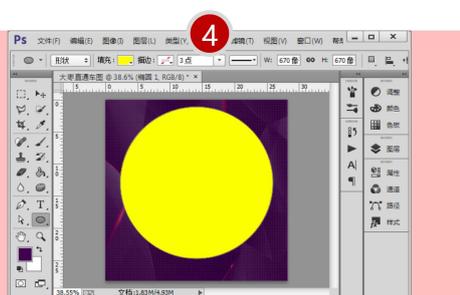
添加网格

### 1.2.5 制作直通车图

39



添加凹凸效果



绘制黄色的圆

### 1.2.5 制作直通车图

40



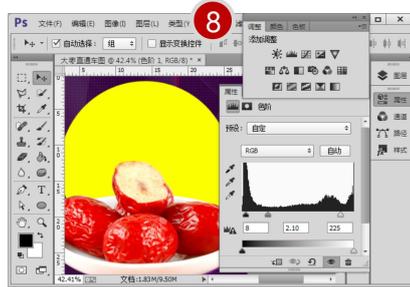
添加大枣素材



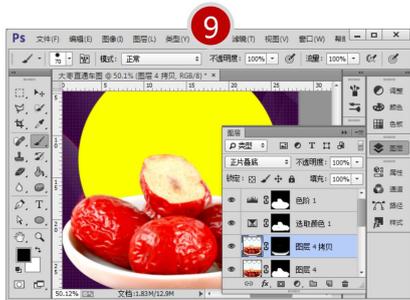
扣取大枣图像



使用色阶调整红度



使用色阶调整大枣亮度



加深盘子区域



添加叶子素材



输入文本并设置字符样式



设置文字描边效果



输入其他文本并描边

绘制形状并填充颜色



绘制黑色的圆

输入黄色文字



复制椭圆图层并设置高斯模糊

移动图层制作投影效果



## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目三、制作具有吸引力的智钻图

### 一、实训目标

制作具有吸引力的智钻图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握智钻图的尺寸要求

掌握智钻图设计的要点

掌握智钻图的制作技巧

### 三、背景知识

智钻是淘宝网提供的一种营销工具。智钻为卖家提供了数量众多的网内优质展位，包括淘宝首页、内页频道、门户、画报等多个淘宝站内广告位，以及搜索引擎、视频网站、门户网等站外媒体展位。



#### 淘宝首页焦点智钻图

淘宝首页焦点智钻图位于淘宝首页的上方，是进入淘宝后的视觉中心。标准尺寸为520×280像素，由于其尺寸较大，能够完全地展示商品与文案，因此价格最贵。



#### 淘宝首页焦点图右侧banner

该板块位于首页焦点图下方的右侧。标准尺寸为160×200像素，首页一屏的黄金位置，流量充足，价格适中，点击率高。由于尺寸较小，主要对商品进行展示，该图文本精简，但文本字体较大。





## 淘宝首页3屏通栏大banner

淘宝首页3屏通栏大banner位于“热卖单品”的下方。标准尺寸为375×130像素，流程充足、价格适中、回报较高，在设计时注意要使图片和文字相结合，文字要醒目。



## 淘宝首页通栏1

淘宝首页通栏1位于“淘抢购”下方，是店铺广告的首选。标准尺寸为800×90像素，由于高度太小，所以无法完全展示商品，只能展示部分细节，多用于店铺的推广。



## 淘金币首页通栏轮播



位于淘金币首页焦点图的下方，标准尺寸为990×95像素，由于是通栏轮播，所以在展示图片时，多选择具有代表性的图片，或是具有概括性的文字进行表示。



## 淘宝垂直频道智钻图

淘宝垂直频道包括淘宝女装、淘宝数码、淘宝美妆、聚划算、极有家、全球购等，在淘宝首页单击对应的频道即可进入。进入频道首页后，页面的顶端会显示一些广告，这些广告即为淘宝垂直频道智钻图。



## 四、实训工具与设备

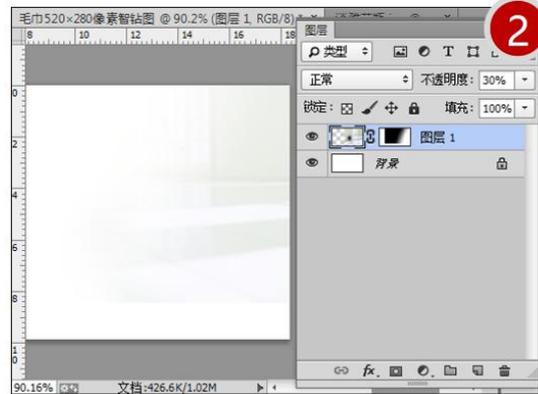
计算机、Photoshop CS6 以上版本

## 五、实训步骤、内容及学时

### 1. 制作 520×280 像素智钻图



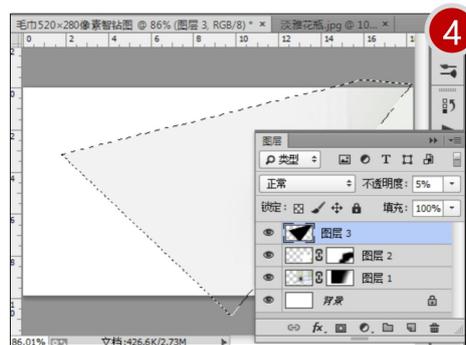
新建文件



设置背景效果



打开素材并添加图层蒙版



使用钢笔工具绘制形状并设置不透明度



打开毛巾素材并添加图层蒙版



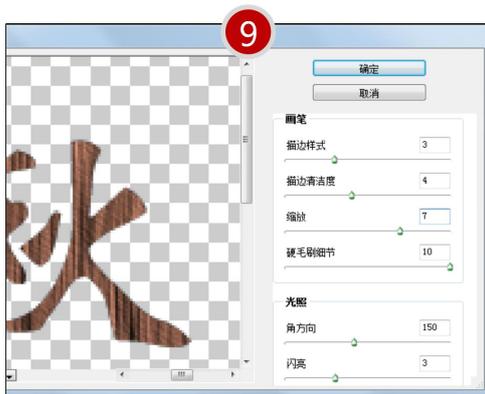
输入“秋”文字



添加投影效果



栅格化文字



添加油画效果



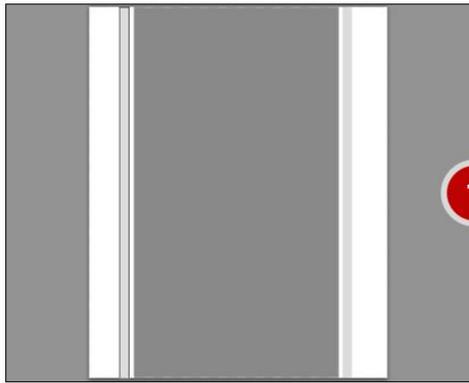
设置成角的线条画笔效果



输入文本和绘制形状，完成制作

## 2. 制作 160×200 像素智钻图

160×200 像素智钻图位于首页焦点图下方的右侧，该图位置醒目，但是板块较小，一般以突出的文字吸引买家，其具体操作如下。



1 绘制矩形



2 添加素材文件，创建图层蒙版



3 设置正片叠底



4 输入“6折包邮”文字



5 设置描边参数



6 输入其他文字并描边



7

完成后的效果

### 3. 制作 375×130 像素智钻图

375×130 像素智钻图位于淘宝首页 3 屏通栏大 banner，该图位置相对于前面两个板块位置稍差，但是也属于热门板块，该板块可突出文字也可重点突出图片。下面将继续制作毛巾智钻图，其具体操作如下。



7



完成后效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目四、制作店铺店招

### 一、实训目标

制作店铺店招

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握店招的尺寸要求

掌握店招设计的要点

掌握店招的制作技巧

### 三、背景知识

店招设计除了突显最新信息，方便买家查看外，还应注重网店商品的推广，让买家留下印象。因此，要求店招在设计上具有新颖别致、易于传播的特点，这就必须遵循两个基本的原则：一是品牌形象的植入；二是抓住产品定位。品牌形象的植入可以通过店铺名称、标志来给予展示，而产品定位则是指展示你的店铺卖的什么产品，精准的产品定位可以快速吸引目标消费群体进入店铺。店招的风格引导着店铺的风格，而店铺的风格很大程度上取决于店铺所经营的产品，一般而言，一个完整的店铺要求店招、产品、店铺风格的统一性。同一行业的店招在用色上需要考究，如护肤品行业为了彰显产品的天然，突出洁净、清透与水嫩，会较多的使用绿色、蓝色等色调，同时也会选择女性钟爱的粉色、紫色等。

### 四、实训工具与设备

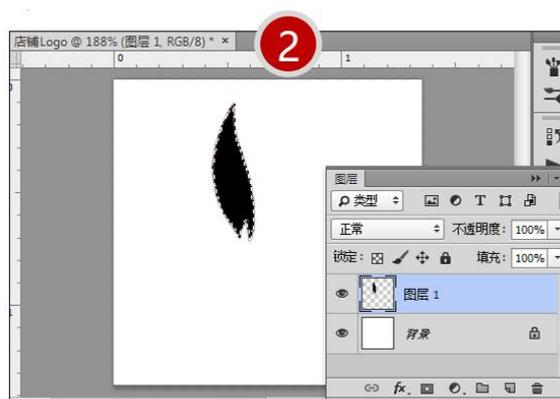
计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

Logo 是店招中的一部分，在设计 Logo 时造型要美观，并能将店铺的信息展现到图像中，让浏览者看见 Logo 就知道该店铺的名称，或所售卖的产品。本例将制作洗衣机店铺的 Logo，要求不但要体现店铺的名称，还要有一定的创意，其具体操作如下。



新建图像文件



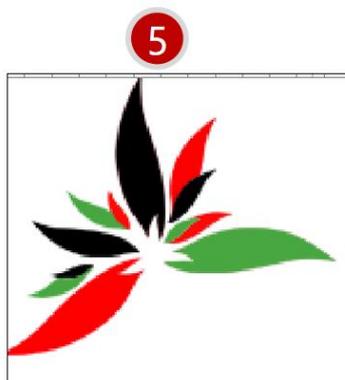
绘制树叶形状



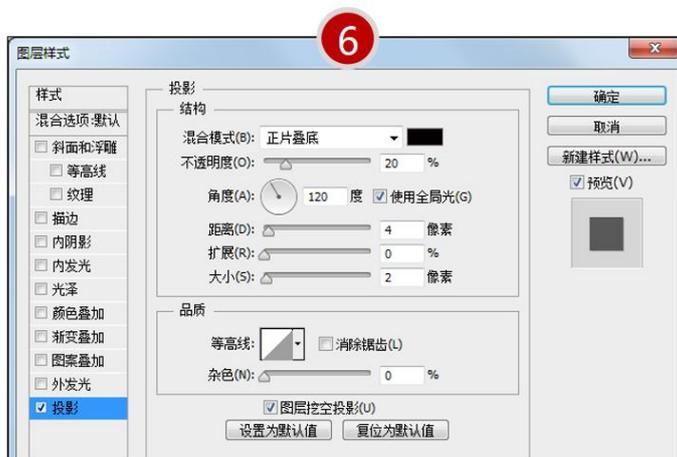
复制并调整树叶形状



绘制小树叶



绘制其他树叶



设置投影



通栏店招是淘宝中运用最广泛的一种店招，该店招不但具有常规店招的基本信息，还能让导航条直接显示到店招中，下面将直接制作通栏店招，在制作时先输入店铺的文字内容，再将电冰箱图片添加到店招中，使其更加美观，其具体操作如下。



新建图像文件，添加并编辑logo图层



绘制竖线



绘制圆角矩形与心形并输入文字



添加形状并输入文字



输入导航文字



完成店招制作

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目五、制作全屏轮播图

### 一、实训目标

制作全屏轮播图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握全屏轮播图的尺寸要求

掌握全屏轮播图设计的要点

掌握全屏轮播图的制作技巧

### 三、背景知识

全屏轮播图的设计要点：主题：无论是新品上市还是活动促销，海报中的主题选择都需要围绕一个方向，并确定对应的轮播图效果。

构图：构图的好坏直接影响着海报的效果，主要分为左右构图、左中右三分式构图、上下构图、底面构图和斜切构图 5 种。配色：海报不但需要主题和构图的选择，还需要色调统一。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

制作首张全屏海报图

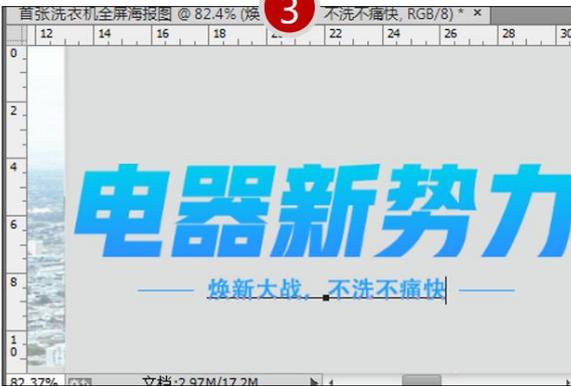
洗衣机店铺与其他店铺不同，主要是为了展示不同洗衣机的性能，通过性价比吸引买家，本实战将制作现代风格的洗衣机海报，为了体现简约性和实用性，因此制作的海报没有过多的装饰。其具体操作如下。



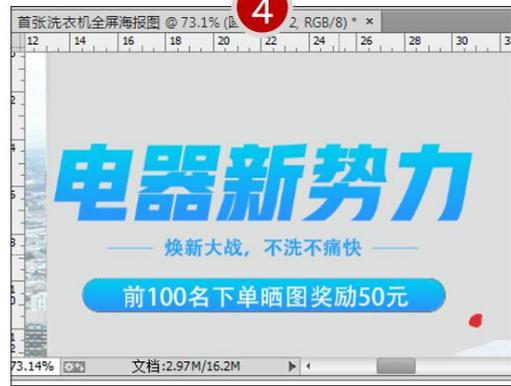
1 添加素材制作背景



2 输入文字并设置渐变色



3 输入文字并绘制直线



4 绘制圆角矩形



5 调整色阶参数



6 调整色相/饱和度



制作完成后的效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作, 根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目六、制作优惠券

### 一、实训目标

制作优惠券

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握优惠券的尺寸要求

掌握优惠券设计的要点

掌握优惠券的制作技巧

### 三、背景知识

优惠券一般位于首页，但其展示的信息有限。一张完整的优惠券除了优惠面额，还需要有很多信息，这些信息一般在客户点击领用后才会显示。在设计优惠券时，需要注意优惠券的设计要点，如使用范围、使用条件、有效时间、张数等信息。下面分别进行介绍。

优惠券的使用范围：明确使用的店铺，以及使用方式是全店通用，还是只可在店内的单款、新品或者某系列商品上使用，以此限定消费的对象，起到引导店铺流量走向的作用。

• 优惠券的使用条件：如全场购物满 168 元可以使用 10 元优惠券、满 288 元可以使用 20 元优惠券。限制优惠券的使用条件，在刺激客户消费的同时可以最大限度地保证利润空间。

优惠券的使用时间限制：一般情况下，如果店铺是短期推广，应当限定优惠券的使用日期。一般设置优惠券的到期时间与消费周期相近为宜，该周期一般为 1 个月。但是，若是开展促销活动，那么优惠券的使用时间也将是对应的促销天数。限制使用时间可以让客户产生过期浪费的心理，可以提高客户的使用率。设置使用张数限

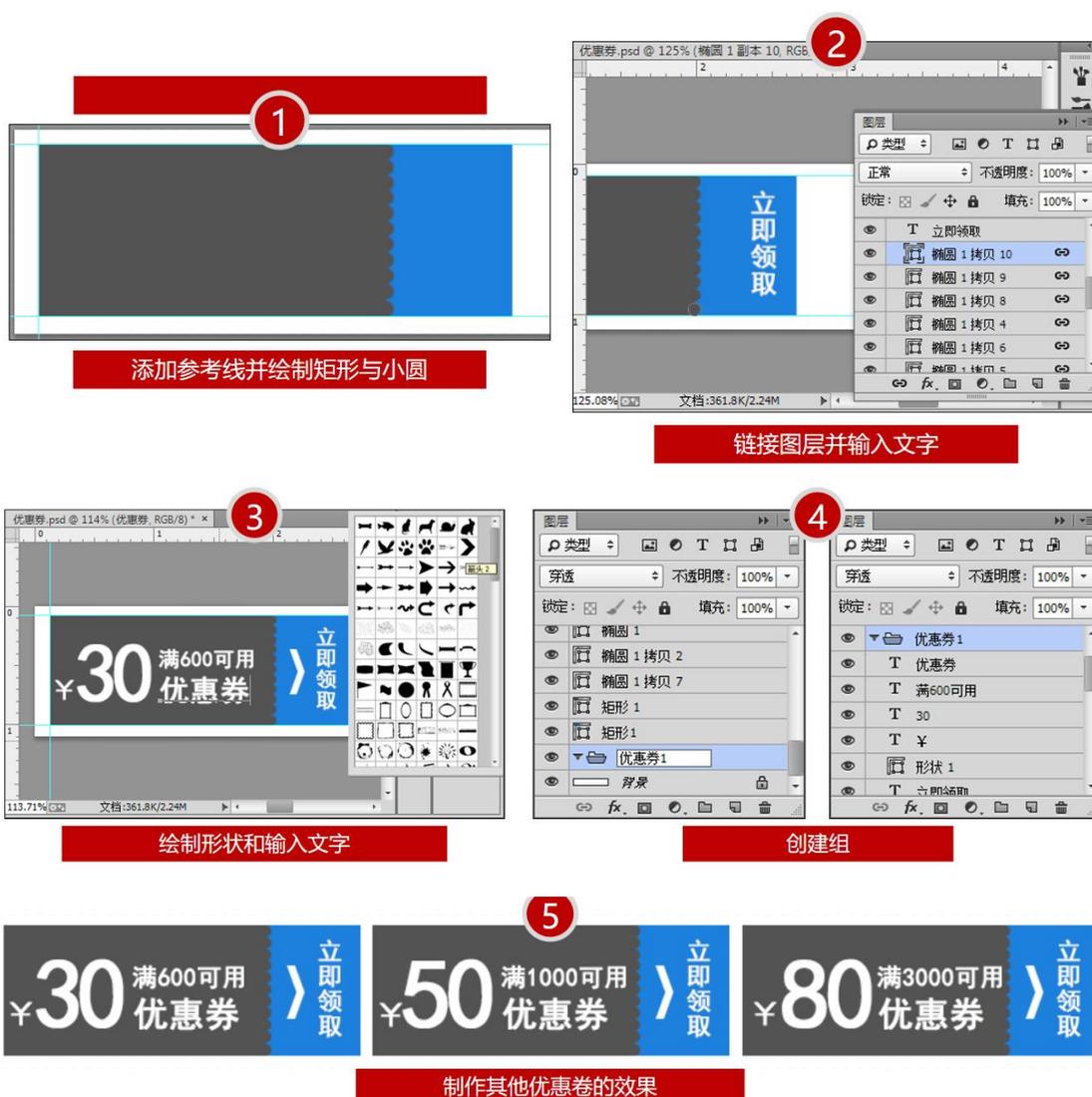
制：如“每笔订单限用一张优惠券”，可以限制折上折的情况出现。  
 优惠券的最终解释权：如“优惠券的最终解释权归本店所有”，这在一定程度上保留了法律上的权力，以避免后期活动执行中出现不必要的纠纷。

#### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

#### 五、实训步骤、内容及学时

下面将制作一款洗衣机店铺的全店通用优惠券。在设计时先确定优惠券的内容，再进行形状的绘制，使其具有美感，其具体操作如下。



## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目七、制作分类模块

### 一、实训目标

制作分类模块

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握分类模块的尺寸要求

掌握分类模块设计的要点

掌握分类模块的制作技巧

### 三、背景知识

在制作分类模块时，为了将分类的作用发挥到极致，需要从店铺的装修风格、分类图像的大小和分类方式等方面入手，下面分别对其进行介绍。若店铺已经有装修风格，宝贝分类模块的设计必须从该店铺的风格出发。宝贝分类中，分类名称必不可少，可以是中文，也可以是英文。可以根据需要添加分类图标。横向宝贝分类的图片宽度尺寸应控制在 950 像素以内；纵向宝贝分类的图片宽度尺寸不宜超过 160 像素。宝贝分类不宜太长，可根据宝贝分类添加子分类，便于买家浏览。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

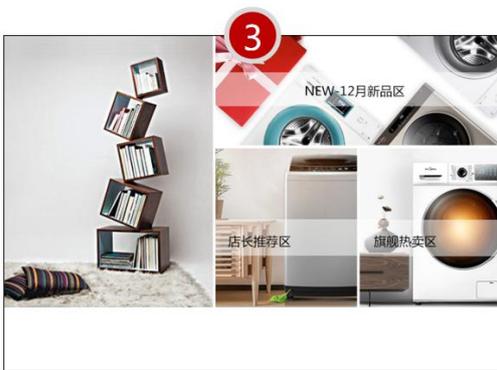
分类模块是首页中最常见的模块，本例在制作洗衣机店铺分类模块时，先使用不同颜色的矩形进行布局，然后通过布局将图片、文本组合起来，设计出分区清晰、美观大气的分类模块，其具体操作如下。



新建图像并绘制矩形



添加素材并创建剪贴蒙版



插入其他图片剪贴并添加矩形与文本



制作点击进入按钮



复制并移动“点击进入”按钮



绘制形状并输入文字



绘制形状并输入文字



添加小图标并输入文字



复制并移动“点击进入”按钮

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目八、制作其他模块

### 一、实训目标

制作其他模块

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

宝贝促销展示模块常在分类模块的下方，主要用于展现不同类型的商品，该模块是首页中产品数量最多的区域，买家可向消费者直接推广店铺中的单品，引导消费。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

本例的宝贝促销展示模块只是首页中的一个板块，主要用于介绍12月新品，其具体操作如下。

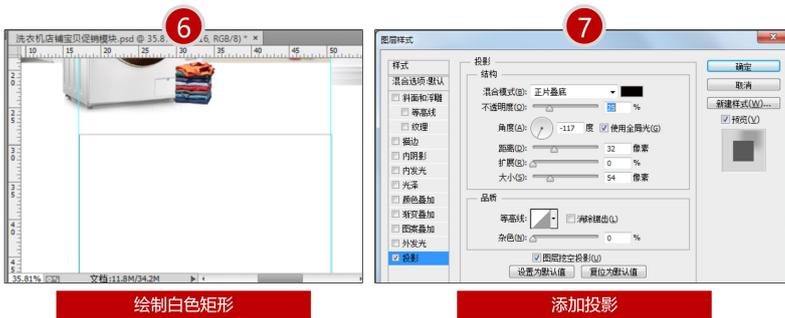


绘制矩形并添加素材



2.6.1 制作宝贝促销展示模块

41



2.6.1 制作宝贝促销展示模块

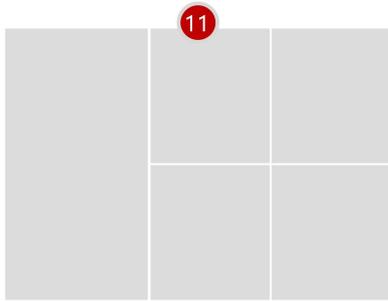
42



2.6.1 制作宝贝促销展示模块

43





绘制并排列矩形



对矩形添加图片



绘制矩形并添加图片与文字



## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目九、制作焦点图

### 一、实训目标

制作制作焦点图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握焦点图的尺寸要求

掌握焦点图设计的要点

掌握焦点图的制作技巧

### 三、背景知识

焦点图设计一般有两个目的：明确产品主体，突出产品优势；承上启下，做好产品信息的过渡。在设计焦点图时要点出自己产品的优势，就必须在文案与图片的设计上讲究创意，通过突出产品的特色以及放大产品的优势，或通过优劣产品进行对比，将产品的优势展现出来。众所周知，详情页一般是通过主图引进的，因此商品卖点、特点等要相互衔接。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

焦点图是详情页的门面，好的焦点图不但能提升产品的品味，还能促使买家继续往下浏览，作为以洗衣机为主体的焦点图，在制作时需要先构建焦点图的背景，添加产品并调整位置，其具体操作如下。



添加素材设置黑白值



创建图层蒙版



添加素材



复制投影



设置模糊半径



输入文字



输入文字和绘制直线的焦点图效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十、制作商品卖点图

### 一、实训目标

制作商品卖点图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握商品卖点图的尺寸要求

掌握商品卖点图设计的要点

掌握商品卖点图的制作技巧

### 三、背景知识

卖点独特，特别是相同类型的产品，提炼出与其他商家不同的独特卖点，能够影响顾客的购买行为，如农夫山泉的“有点甜”。有足够的说服力，能打动顾客购买，就要求卖点与消费者核心利益息息相关，如空调的“变频”与“回流”，面膜的抗衰美白补水的功效。长期传播的价值及品牌辨识度。提炼卖点的方法很多，可以从产品概念、市场地位、产品线、服务、价格、时间、售后、品质和风格等方面入手。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

洗衣机卖点主要展示洗衣容量、节能、智能、实用性，因此作为卖点图如何将这卖点依次融入到图像中成为了难点，本例将通过6个方法对卖点进行展示，让买家从各个方面认识洗衣机，其具体操作如下。



添加素材绘制圆与直线并输入文字



添加图片并输入文字



输入文字并添加图片



继续输入文字



绘制箭头并输入文字



添加“卖图3”图片



复制导航条并修改内容

**1**

**烫烫除菌 全家健康由我守护**

通过高温煮洗，对全家衣服进行除菌处理  
时刻守护家人的穿衣安全



呵护宝宝稚嫩肌肤    针对抵抗力下降的人群    针对敏感人群



制作“卖点图4”效果

**2**

**03 如何才能让洗衣机筒干净?**

**高温筒自洁 筒净衣才干净**

高温、高转速水流冲内筒，有效清洁内筒、外壁污垢  
从源头清洁洗衣机



制作“卖点图5”效果

**01 衣服那么多 洗衣机怎么小了?**



宝宝衣服换洗勤多了    大物件衣服洗不下    分多次洗 费水费电

**10KG大容量 全家衣服一次洗清**

针对二治家庭设计，装更多、省更多  
解决大物件衣服的清洗难题



**大势所趋 满足未来10年需求**

家庭结构不断升级，洗衣机需求也随之俱进  
10KG未来容量满足日常洗衣需求



三口之家 小家时代    三代同堂 大家时代

2010年6KG    2015年8KG    2017年10KG



**02 如何才能让衣服快速除菌?**

**烫烫除菌 全家健康由我守护**

通过高温煮洗，对全家衣服进行除菌处理  
时刻守护家人的穿衣安全



呵护宝宝稚嫩肌肤    针对抵抗力下降的人群    针对敏感人群



**03 如何才能让洗衣机筒干净?**

**高温筒自洁 筒净衣才干净**

高温、高转速水流冲内筒，有效清洁内筒、外壁污垢  
从源头清洁洗衣机





卖点图效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十一、制作商品信息展示图

### 一、实训目标

制作商品信息展示图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握商品信息展示图的尺寸要求

掌握商品信息展示图设计的要点

掌握商品信息展示图的制作技巧

### 三、背景知识

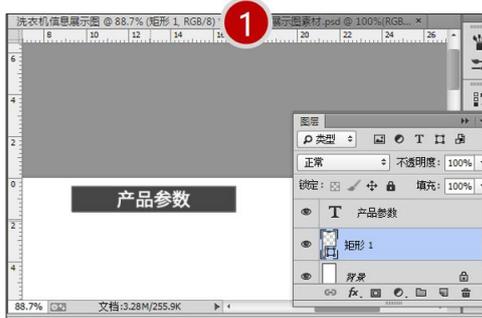
在淘宝中，商品参数的表达方式多种多样，我们可以根据商品参数的多少与商品的特征进行灵活设计，常用的商品参数表达方式有以下 4 种。商品参数的直接输入、通栏排参数、商品参数与商品图片的自由组合、参数与商品两栏排。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

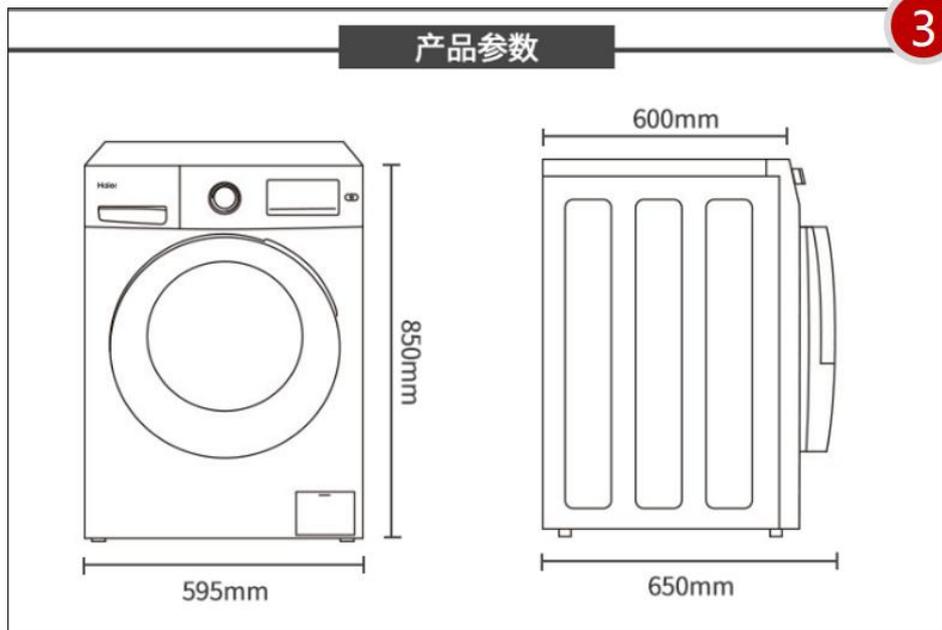
洗衣机信息展示图在制作时因为洗衣机不存在产品的对比和颜色的对比效果，因此在制作时只制作商品参数和其对应的商品信息展示即可，下面将以商品参数与商品图片的自由组合的方式制作洗衣机信息展示图，其具体操作如下。



1 绘制矩形并输入文字



2 绘制两条直线



3 添加展示素材和尺寸标注

4

型号	EG10012BKXCEG1032
洗涤容量	10kg
脱水容量	10kg
尺寸 (深×宽×高)	600×595×850mm
节能等级	1级
洗净比	1.03

注意：本页中所提到的产品参数、功能如有变更，恕不另行通知，具体功能和参数以产品铭牌为准。

绘制矩形与直线并输入文字

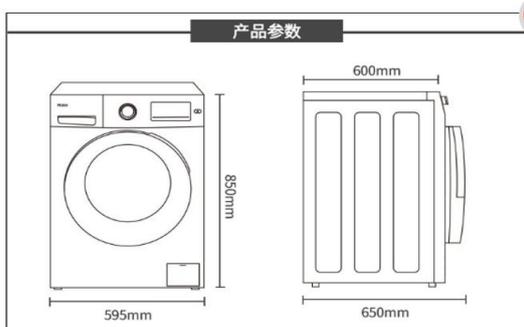
输入文本并绘制两个小圆

5

注意：本页中所提到的产品参数、功能如有变更，恕不另行通知，具体功能和参数以产品铭牌为准。

**专业品质 精益求精**

- 根据国家标准，每台洗衣机出厂前，都经过全面检测，如果桶内存在水渍属于正常现象。
- 为了排除残留在桶内的检测水，请第一次运行时，不要放入衣物，待运行一次后再行使用。



6

型号	EG10012BKXCEG1032
洗涤容量	10kg
脱水容量	10kg
尺寸 (深×宽×高)	600×595×850mm
节能等级	1级
洗净比	1.03

注意：本页中所提到的产品参数、功能如有变更，恕不另行通知，具体功能和参数以产品铭牌为准。

**专业品质 精益求精**

- 根据国家标准，每台洗衣机出厂前，都经过全面检测，如果桶内存在水渍属于正常现象。
- 为了排除残留在桶内的检测水，请第一次运行时，不要放入衣物，待运行一次后再行使用。

信息展示图效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十二、制作商品细节图

### 一、实训目标

制作商品细节图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握商品细节图的尺寸要求

掌握商品细节图设计的要点

掌握商品细节图的制作技巧

### 三、背景知识

细节照片的选择对于细节的展示十分重要，因此细节照片一定要清晰、明了、尽量避免偏色。此外，还要逻辑性强，做到有条不紊，才能带着买家按照你的思路，完整地浏览你的宝贝。细节图的样式一般分为两种，一种是同时放置商品或细节图，将细节图指向商品的具体位置；还有一种就是单独进行细节的展示，在排列布局上，可根据个人喜好与店铺的整体风格进行设计。

### 四、实训工具与设备

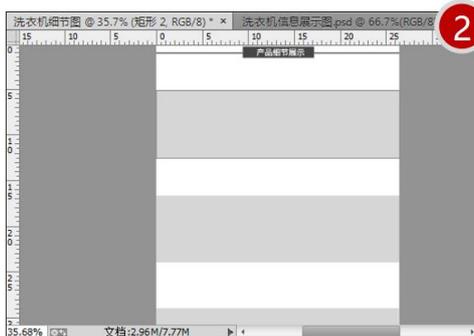
计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

在制作洗衣机细节图时主要体现洗衣机的内部工艺，让各种人性化设计在细节中体现，本例中的洗衣机主要从显示屏、洗涤剂投放盒和内筒进行体现，使其更加符合家庭使用的需要，其具体操作如下。



复制并修改导航条



绘制3个矩形



制作附件展示



5



5

细节图效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十三、制作商品快递与售后图

### 一、实训目标

制作商品快递与售后图

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握商品快递与售后图的尺寸要求

掌握商品快递与售后图设计的要点

掌握商品快递与售后图的制作技巧

### 三、背景知识

不同卖家同时销售相同的商品时，买家获取的商品本身信息是相同的，此时作为具有附加价值的售后服务变得尤为重要，在详情页中添加快递与售后图可增加卖点，提升购买量。常见的快递与售后图主要有 4 个，下面分别进行介绍。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

洗衣机作为常用家电只是常用的退换货已经不能满足顾客的需求，此时在设计快递与售后图时可以将客服热线添加到售后图中通过直接的电话联系提升顾客的满意度，并通过下方的售后图标，了解常用的售后问题，其具体操作如下。



复制并修改导航条



绘制圆角矩形并填充颜色



创建剪贴蒙版



输入说明文本



创建剪贴蒙版



输入说明文本

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十四、制作无线端首页设计与制作（1）

### 一、实训目标

制作无线端首页设计与制作（1）

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握无线端首页各模块的尺寸要求

掌握无线端首页各模块的要点

掌握无线端首页各模块的制作技巧

### 三、背景知识

随着移动无线技术的发展，极大地刺激了与无线端匹配的购物平台产生，各大电商纷纷开发出公司的 APP，因为其体积、屏幕等缘故，具有灵活、方便的特点，顾客可随时随地进行购物。为此，淘宝 APP、天猫 APP、WAP 端口等针对访问无线店铺的端口应运而生。根据互联网数据中心显示，人们通过移动设备访问网页的数量不断上升，特别是在节假日期间，远远超过了电脑端，店铺中很大一部分的流量都来自于无线端，因此无线店铺的装修对于任何一个电商卖家都十分重要。

好的无线端设计不但能使消费者感到眼前一亮，还能加深店铺的影响，促进产品的卖出。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

PC 端的首页一般示的是品牌形象、店铺活动等信息，访首页的

方式多为通过商品详情页直接跳转到店铺首页，直接访问店铺首页的情况并不多。无线端访问店铺的方式则比较灵活，如扫描店铺的二维码、店铺微淘、搜索店铺、详情页跳转等，可直接进行访问，首页起的作用比 PC 端更大。在设计无线端店铺首页时，要更加注意风格的定位、商品的选择与模块的构成。下面对装修要点、注意事项和装修方法进行介绍。

从整体内容上看，无线端店铺首页必须承载 8 大内容，包括店招、会员分享、商品、分类、活动、形象、优惠券和微淘，每个模块都有其固定的作用。下图所示为一个典型的无线店铺首页布局图，从图中可以看出，无线端模块与 PC 端模块的分布大不相同，其内容也有所区别。下面分别对无线端首页中常见模块的装修要点进行介绍。

**店招模块：**无线端首页模块组成和装修要点出期证日无线端店招的尺寸为 750 像素 x254 像素，文件大小不超过 3MB,一般包含店铺名称、Logo、收藏与分享按钮、营销亮点、店铺活动、背景图片等内容。由于于页面的顶端，显示的比例比 PC 大，因此更为抢眼，一般要求主题鲜明、颜色亮丽，以便在吸引客户眼球的同时宣传店铺。在设计店时，可从行业地位、店铺特性、活主题等角度出发。

**标题模块：**主要用区分商品类别，展示店铺的优势、品牌理念等，最多支持 12 个中文字符。

**焦点图模块：**常见片大小为 640 像素 x(200-960)像素，一般用于店铺活动宣传、店铺商品宣传、店铺形象宣传等。在制作轮播焦点图时，轮播图最多可以添加 4 张。

优惠券模块：在制作时要求醒目、清晰、互动性强，具有分隔空间、活跃页面的效果。可以使用多图模块、左文右图等模块进行制作，在制作时可表现微淘专享、新上市等内容。

左图右文模块：常见图片大小为 608 像素 x106 像素，文件大小在 100KB 以内，一用于店铺活动宣传、店王牌商品展示、店铺文化介绍等。制作时，要求清晰准确，用一些引导按钮引导客户点击。\* 套餐搭配模块：告知客户店铺套餐搭配，以提高成交量。

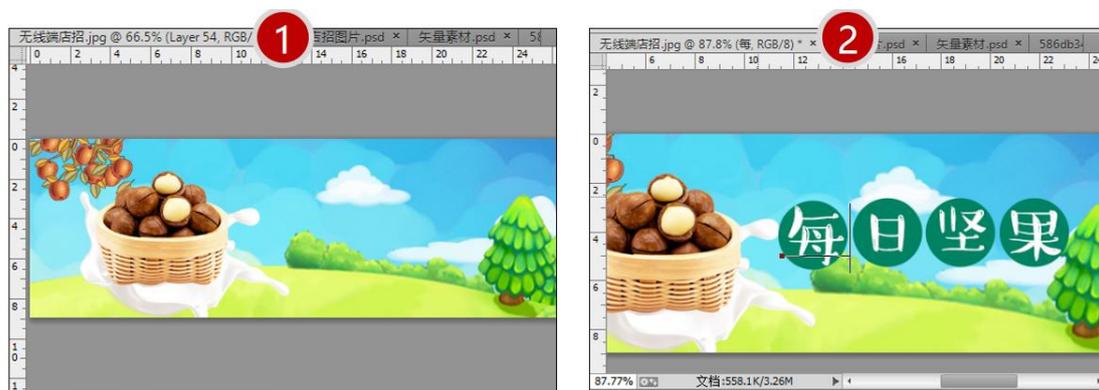


## 首页布局

### 1、制作无线端店招

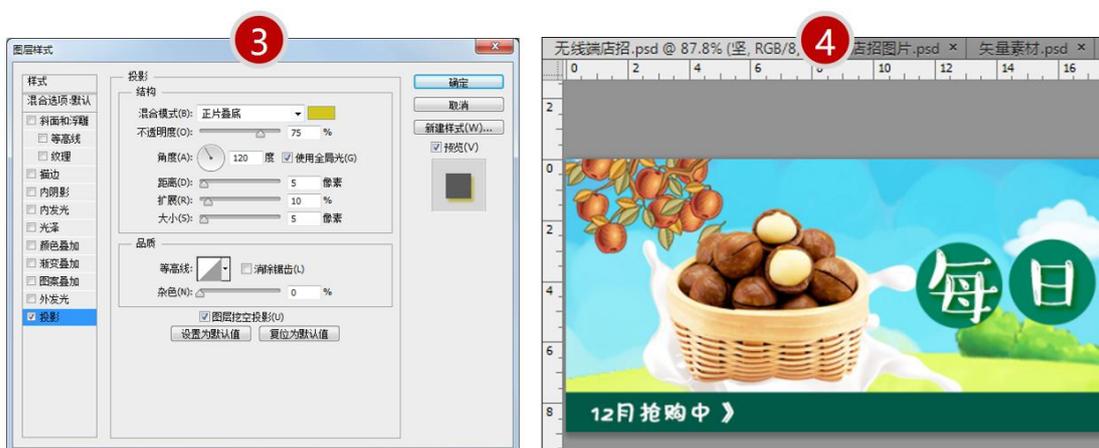
店招位于无线端首页的顶端，下面将制作一个坚果店铺的无线端店招，在制作时，由于左侧需要添加店标和店名，因此不宜放置文

案，为了突出坚果主题，将添加对应的坚果图标效果，其具体操作下。



添加背景与素材

绘制绿色圆并输入文本



设置投影参数

绘制矩形并输入文字内容

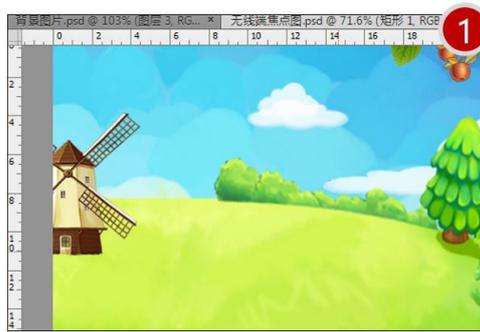


无线端店招效果

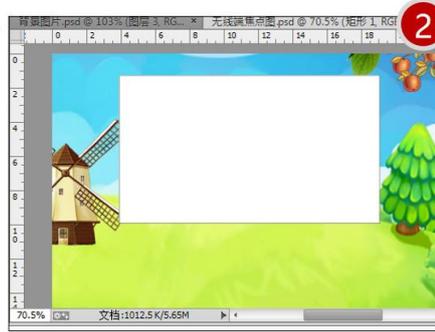
## 2、制作无线端焦点图

焦点图也称海报图，在设计无线端焦点图时，由于屏幕尺寸较小，因此在构图方式和文本设计方面都要求简洁，下面采用文字居中的结构方式为坚果店铺制作焦点图，制作时需要突出坚果礼包，其具体操

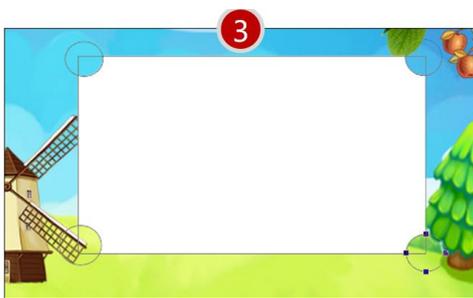
作如下。



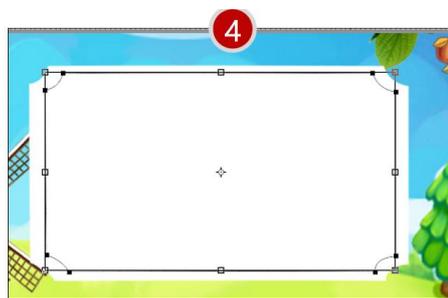
新建图像并添加背景



绘制矩形



减去圆部分



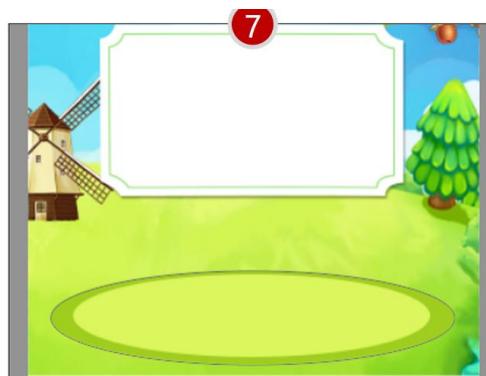
按【Shift】键复制并缩小矩形



设置描边参数及其效果



设置投影参数



绘制椭圆



8 添加素材并绘制投影



9 添加矢量素材



10 输入文字



11 制作文字描边效果



12 制作文字投影效果



13 复制图层样式后的文字效果



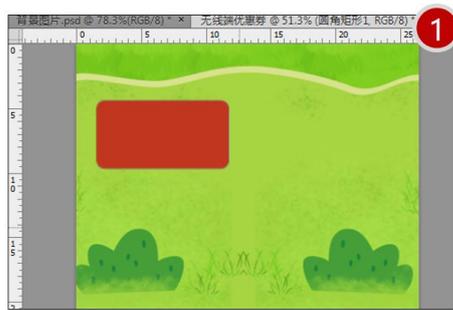
14 绘制红色圆角矩形并输入文本



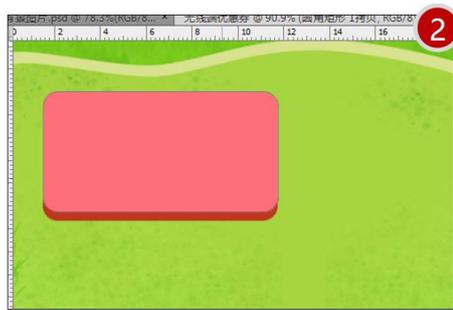
15 添加文字与直线得到焦点图效果

### 3、制作无线端优惠券

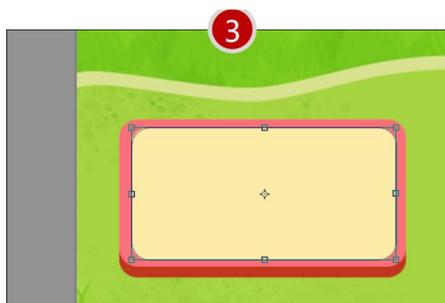
无线端优惠券与电脑端优惠券大致相同，但是电脑端优惠券可以根据页面的大小新建多个优惠券，而无线端优惠券则注重分布的问题，一栏中多为2张或是3张优惠券，下面继续为坚果店铺创建优惠券，其具体操作如下。



新建图像并添加背景以及绘制圆角矩形



复制圆角矩形并修改矩形颜色



等比例缩小圆角矩形



设置圆角矩形的投影



输入优惠券文字



设置“5”描边参数



绘制圆角矩形设置描边并输入文字

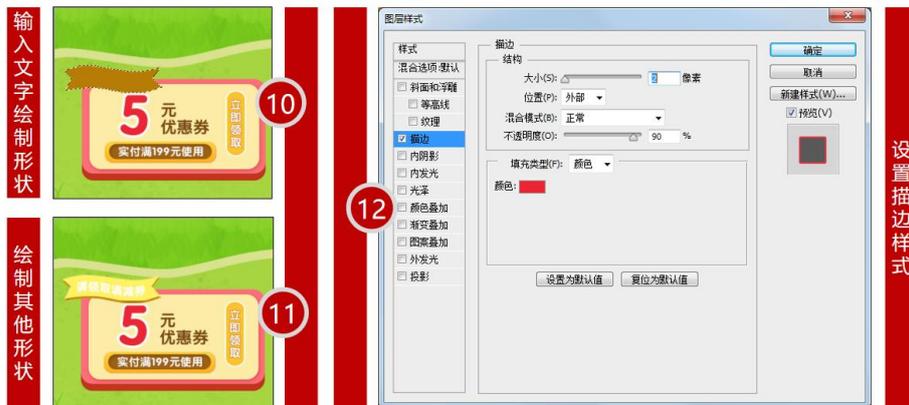


绘制圆角矩形



设置渐变叠加颜色

设置内阴影样式



## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十五、制作无线端首页设计与制作 (2)

### 一、实训目标

制作无线端首页设计与制作 (1)

### 二、项目 (实训) 中的具体任务

掌握无线端首页各模块的尺寸要求

掌握无线端首页各模块的要点

掌握无线端首页各模块的制作技巧

### 三、背景知识

随着移动无线技术的发展,极大地刺激了与无线端匹配的购物平台产生,各大电商纷纷开发出公司的 APP,因为其体积、屏幕等缘故,具有灵活、方便的特点,顾客可随时随地进行购物。为此,淘宝 APP、天猫 APP、WAP 端口等针对访问无线店铺的端口应运而生。根据互联网数据中心显示,人们通过移动设备访问网页的数量不断上升,特别是在节假日期间,远远超过了电脑端,店铺中很大一部分的流量都来自于无线端,因此无线店铺的装修对于任何一个电商卖家都十分重要。

好的无线端设计不但能使消费者感到眼前一亮,还能加深店铺的影响,促进产品的卖出。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

PC 端的首页一般示的是品牌形象、店铺活动等信息,访首页的

方式多为通过商品详情页直接跳转到店铺首页，直接访问店铺首页的情况并不多。无线端访问店铺的方式则比较灵活，如扫描店铺的二维码、店铺微淘、搜索店铺、详情页跳转等，可直接进行访问，首页起的作用比PC端更大。在设计无线端店销首页时，要更加注意风格的定位、商品的选择与模块的构成。

## 1、制作无线端促销区展示图

无线端促销展示区主要是为了展示店铺中的热销产品和主打产品，在制作该区域时，不但要将产品展现出来，还要将促销文字展现出来，内容不要过多，要卖点鲜明，下面讲解无线端促销区展示图的制作方法，其具体操作如下。





添加渐变效果



设置投影参数



无线端促销区展示图效果

## 2、制作无线端列表页面

在无线端中促销页面只能展示促销商品，其展示的商品较少，很难将大多数商品依次展现出来，此时可使用列表页面通过小版块将商品依次进行展现，其具体操作如下。



新建图像并添加圆牌



绘制矩形并添加素材效果



绘制形状并输入文字

绘制“立即购买”图标



无线端列表页面效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十六、制作无线端详情页设计与制作（1）

### 一、实训目标

制作无线端详情页设计与制作（1）

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握无线端详情页各模块的尺寸要求

掌握无线端详情页各模块的要点

掌握无线端详情页各模块的制作技巧

### 三、背景知识

随着移动无线技术的发展，极大地刺激了与无线端匹配的购物平台产生，各大电商纷纷开发出公司的 APP，因为其体积、屏幕等缘故，具有灵活、方便的特点，顾客可随时随地进行购物。为此，淘宝 APP、天猫 APP、WAP 端口等针对访问无线店铺的端口应运而生。根据互联网数据中心显示，人们通过移动设备访问网页的数量不断上升，特别是在节假日期间，远远超过了电脑端，店铺中很大一部分的流量都来自于无线端，因此无线店铺的装修对于任何一个电商卖家都十分重要。

好的无线端设计不但能使消费者感到眼前一亮，还能加深店铺的影响，促进产品的卖出。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

1、无线端详情页设计

无线端详情页的设计与电脑端类似，都可分为焦点图、信息展示图、卖点图等内容，但其文字较少，而图片展现较多，下面将继续根据详情页的制作方法对无线端详情页进行制作，使效果更加符合无线端的需求，其具体操作如下。



1

输入文本并绘制直线



2

绘制圆角矩形与虚线并输入参数



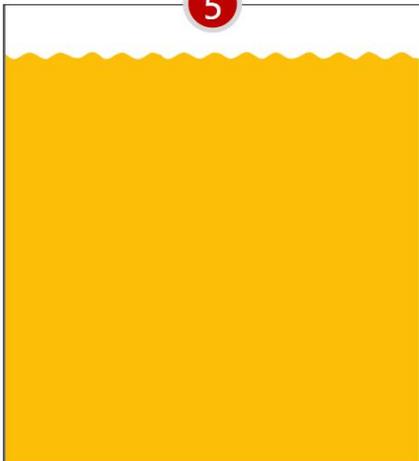
3

为素材描边并输入文字



4

添加素材并输入文字



5

绘制形状



6

添加素材



7

输入文字



无线端详情页效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十七、制作无线端详情页设计与制作（2）

### 一、实训目标

制作无线端详情页设计与制作（2）

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握无线端详情页各模块的尺寸要求

掌握无线端详情页各模块的要点

掌握无线端详情页各模块的制作技巧

### 三、背景知识

随着移动无线技术的发展，极大地刺激了与无线端匹配的购物平台产生，各大电商纷纷开发出公司的 APP，因为其体积、屏幕等缘故，具有灵活、方便的特点，顾客可随时随地进行购物。为此，淘宝 APP、天猫 APP、WAP 端口等针对访问无线店铺的端口应运而生。根据互联网数据中心显示，人们通过移动设备访问网页的数量不断上升，特别是在节假日期间，远远超过了电脑端，店铺中很大一部分的流量都来自于无线端，因此无线店铺的装修对于任何一个电商卖家都十分重要。

好的无线端设计不但能使消费者感到眼前一亮，还能加深店铺的影响，促进产品的卖出。

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

1、无线端详情页设计

无线端详情页的设计与电脑端类似，都可分为焦点图、信息展示图、卖点图等内容，但其文字较少，而图片展现较多，下面将继续根据详情页的制作方法对无线端详情页进行制作，使效果更加符合无线端的需求，其具体操作如下。





无线端详情页效果

## 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十八、办公用品类网店设计（1）

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目十九、办公用品类网店设计 (2)

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目二十、数码配件类网店设计（1）

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目二十一、数码配件类网店设计（2）

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目二十二、手机配件类网店设计（1）

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目二十三、手机配件类网店设计（2）

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

## 项目二十四、休闲玩具类网店设计

### 一、实训目标

### 二、项目（实训）中的具体任务

掌握其他模块的尺寸要求

掌握其他模块设计的要点

掌握其他模块的制作技巧

### 三、背景知识

### 四、实训工具与设备

计算机、Photoshop CS6 以上版本

### 五、实训步骤、内容及学时

### 六、考核或评价标准

学生可根据实训步骤完成以上主图的制作，根据完成的程度分别从完成度、架构完整性、配色、构图和整体性分别给予 1-20 分的评分。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	电子商务
课    程:	短视频营销实务
制    定    人:	朱雪香
实训周(次)学时:	2 学时
实训周(次)数:	8 次(第 1 周至 17 周内安排)
实训总学时:	16 学时
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训 1：拍摄人物 Vlog2	2
实训 2：拍摄旅拍短视频	4
实训 3：移动端短视频后期处理 2	5
实训 4：移动端短视频后期处理 3	7
实训 5：PC 端短视频后期处理 2	9
实训 6：短视频实战 1	11
实训 7：短视频实战 2	14
实训 8：短视频实战 3	16

## 实训 1：拍摄人物 Vlog2

### 一、实训目标

1. 掌握手机摄影摄像中选择景别、画面构图的方法。
2. 掌握手机摄影摄像中常用的取景视角。
3. 掌握选择光线方向和场景布光的技巧。

### 二、实训内容

拍摄人物 Vlog

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

### 六、实验课程内容和学时分配

#### （一）实操

拍摄人物 Vlog

人物 Vlog 主要记录人物的动作或情绪、人物生活日常、参加某些活动的经历等。本例拍摄一组民族风的人物 Vlog，具体拍摄方法如下。

- （1）拍摄人物沿水池边的路行走，然后走上木桥的一系列动作
- （2）拍摄人物在小路上跑跳、转圈等动作
- （3）从背后拍摄人物向前行走的画面
- （4）拍摄人物在稻田的一组镜头

- (5) 拍摄人物拿着野花在房屋前行走的一组镜头
  - (6) 拍摄人物向村民问路，然后走上台阶继续行走的一组镜头
- (二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：内容是否完整而清晰、视频是否美观、有新意

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

# 实训 2：拍摄旅拍短视频

## 二、实训目标

- 1. 掌握手机摄影摄像中常用的取景视角。
- 2. 掌握选择光线方向和场景布光的技巧。
- 3. 掌握各种运动镜头和转场技巧。

## 二、实训内容

拍摄旅拍短视频

## 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

## 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

## 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

## 七、实验课程内容和学时分配

### （一）实操

#### 拍摄旅拍短视频

本例拍摄一组旅拍短视频，主要使用各种运镜手法进行拍摄。部分镜头的拍摄方法如下。

- （1）拍摄路旁的标识牌
- （2）拍摄人物动作
- （3）拍摄街区标识
- （4）拍摄公园门头
- （5）拍摄集市街道
- （6）拍摄集市夜景
- （7）拍摄木楼建筑屋檐
- （8）拍摄文字标识
- （9）拍摄灯笼和人物
- （10）拍摄人物在文字标识前走过
- （11）拍摄集市画面

### （二）学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：内容是否完整而清晰、视频是否美观、有新意

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 3：移动端短视频后期处理 2

### 三、实训目标

1. 了解手机自带相机的拍摄模式。
2. 掌握手机相机 App 的使用方法。
3. 掌握图片处理 App 的使用方法。
4. 能够使用美图秀秀、醒图和天天 P 图处理照片。
5. 能够使用抖音、快手、微视、美拍拍摄短视频。

### 二、实训内容

用美图秀秀、醒图和天天 P 图处理照片

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

### 八、实验课程内容和学时分配

#### (一)实操

运用下面图片处理 APP 处理照片

图片处理 App

#### 一、美图秀秀

美图秀秀是一款专为热爱拍照的用户打造 App，拥有图片美化、拼图、抠图、老照片修复、AI 修图、图片压缩、画质修复、视频剪辑、视频美容、海报设计

等丰富的功能。

## 二、醒图

醒图是一款操作简单、功能强大的全能修图 App，它提供了智能模板、滤镜、色调、贴纸、文字、特效、漫画卡通玩法等多种功能，能够一站式满足各种修图需求，让用户轻松地为用户照片增添创意和个性。

## 三、天天 P 图

“天天 P 图”是一款集自拍相机、美容美妆、疯狂变脸、魔法抠图等多功能于一体的修图 App。

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：照片是否美观、合理

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 4：移动端短视频后期处理 3

### 一、实训目标

1. 了解短视频后期剪辑的流程与原则。
2. 了解短视频音乐的选择与编辑方法。
3. 了解短视频调色和字幕设计的原则。
4. 掌握镜头组接常用的剪辑方法。
5. 掌握剪接点的选取、转场方式及运用。

### 二、实训内容

用剪映剪辑一段视频

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

#### **四、实训基本要求**

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

#### **五、主要仪器设备及消耗品**

多媒体、纸、笔等。

#### **九、实验课程内容和学时分配**

##### **(一) 实操**

用剪映剪辑一段视频

短视频后期剪辑的基本流程

短视频后期剪辑的基本流程一般包括熟悉素材、素材分类、粗剪、精剪和包装输出五个步骤。

1. 熟悉素材
2. 素材分类
3. 粗剪
4. 精剪
5. 包装输出

##### **二、音乐的选择与编辑**

音乐是短视频风格的重要组成部分，对短视频的氛围和节奏产生很大的影响。为了让音乐与短视频画面完美融合，剪辑师要注意以下几个方面。

1. 选择合适的音乐
2. 调整音乐的音量
3. 节奏与画面同步

4. 使用过渡效果
5. 画面颜色和音乐情感相符

### 三、短视频调色原则

调色是短视频剪辑中的一个重要环节，可以用来调整画面的色彩与氛围，以达到特定的目的和效果。在对短视频进行调色时，需要遵循以下原则。

1. 确定画面的主体基调
2. 适当提高对比度和饱和度
3. 利用色彩的主观作用
4. 选择合适的调色风格
  - 青橙色调
  - 高级灰色调
  - 黑金色调
  - 银灰色调
  - 森系色调
  - 赛博朋克色调

### 四、短视频字幕设计原则

在设计和添加短视频字幕时，剪辑师要遵循以下原则。

1. 字幕要准确
2. 字幕应简洁明了
3. 字幕要清晰
4. 字幕的位置要合适

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：视频是否流畅、美观

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

## 实训 5：PC 端短视频后期处理 2

### 一、实训目标

1. 掌握画面特效的制作方法。
2. 掌握转场特效的制作方法。
3. 掌握音频与字幕特效的制作方法。

### 二、实训内容

用电脑剪辑一段视频

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

多媒体、纸、笔等。

### 十、实验课程内容和学时分配

#### （一）实操

用电脑剪辑一段视频

制作画面特效

#### 一、使用特效增强画面动感

为短视频制作画面特效，丰富画面效果，增强画面的节奏感和冲击力。

## 二、使用特效渲染画面氛围

为短视频添加画面特效，营造特殊的画面氛围。

## 三、使用特效突出画面主体

为短视频添加画面特效，以突出画面主体。

## 四、制作隔空取物效果

使用抠像和关键帧动画制作隔空取物效果，使扇子从空中自动飞入手中。

## 五、制作绿幕合成效果

使用“色度抠图”功能制作绿幕合成效果。

## 六、制作画面变色效果

在剪映中可以使用滤镜、特效等方法制作画面变色效果。

## 七、制作画面中文字发光效果

利用蒙版和画面特效制作画面中文字发光效果。

（二）学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：视频是否流畅、美观

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

## 实训 6：短视频实战 1

### 一、实训目标

1. 掌握拍摄与制作美食类短视频的方法。
2. 掌握拍摄与制作生活技能类短视频的方法。
3. 掌握拍摄与制作商品宣传类短视频的方法。
4. 掌握拍摄与制作微电影类短视频的方法。

### 二、实训内容

自己拍摄+剪辑产出原创视频

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

手机、电脑、多媒体、纸、笔等。

### 十一、实验课程内容和学时分配

#### （一）实操

##### 一、拍摄牛排餐厅探店短视频

在拍摄美食探店类短视频前需要构思拍摄脚本，可以结合用户评价或其他创作者的内容来提炼店铺特色，明确视频拍摄要点，如门店环境特色、爆款菜品、服务态度等。

拍摄脚本的撰写可以分为以下三个部分。

- 开头

- 中段
- 后段

本例美食探店主要拍摄了以下几组镜头。

- (1) 拍摄店面环境
- (2) 拍摄牛排从上餐到处理完成的过程
- (3) 拍摄牛排套餐的餐品
- (4) 拍摄主播口播和用餐镜头

在拍摄过程中，拍摄者需要掌握以下拍摄要点。

- (1) 观察环境，确认拍摄位置
- (2) 灵活运用景别，让视频画面更加饱满
- (3) 尝试用各种不同的运动镜头进行拍摄
- (4) 疏密有序，突出菜品
- (5) 画面中适当加入人物
- (6) 对每个有特色的画面尽量多拍一些镜头

## 二、制作牛排餐厅探店短视频

### 1. 剪辑视频素材

对拍摄的视频素材进行剪辑，先将视频素材导入剪映中，然后将脚本文案转换为旁白音频，并根据旁白音频剪辑视频素材。

### 2. 添加视频效果

为短视频添加所需的视频效果，如转场效果、动画效果、调色效果等。

### 3. 添加字幕

为牛排餐厅探店短视频添加口播及旁白字幕。

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：视频是否流畅、美观

- 1、教师评分 60%
- 2、学生评分 40%

## 实训 7：短视频实战 2

### 一、实训目标

1. 掌握拍摄与制作美食类短视频的方法。
2. 掌握拍摄与制作生活技能类短视频的方法。
3. 掌握拍摄与制作商品宣传类短视频的方法。
4. 掌握拍摄与制作微电影类短视频的方法。

### 二、实训内容

自己拍摄+剪辑产出原创视频

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

手机、电脑、多媒体、纸、笔等。

## 十二、实验课程内容和学时分配

### （一）实操

#### 一、拍摄生活小妙招短视频

本案例拍摄了 5 个生活小妙招短视频，包括“易拉罐环的妙用”“清洁棉刷

的妙用”“空瓶的妙用”“瓶盖的妙用”和“吸管的妙用”。

生活小妙招短视频的拍摄难度较低，其拍摄要点如下。

(1) 确定视频内容，撰写拍摄脚本，明确每一步的操作，分步完成拍摄。

(2) 布置干净整洁的拍摄背景，选好构图拍摄近景，利用三脚架拍摄固定镜头。

(3) 对拍摄场景进行补光，确保画面清晰、明亮。

(4) 拍摄操作前后的对比画面，突出小妙招的实用性。

## 二、制作生活小妙招短视频

生活小妙招短视频一般节奏较快，需要对视频素材进行加速处理，并运用动画和转场增加画面动感效果。在背景音乐的选择上，一般选用快节奏的音乐或歌曲。

### 1. 剪辑短视频

对生活小妙招短视频进行剪辑。

### 2. 制作小标题字幕

为每个生活小妙招视频素材制作一个小标题字幕。

### 3. 制作片头

利用剪映提供的模板为生活小妙招短视频制作片头。

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：视频是否流畅、美观，内容是否有新意

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

## 实训 8：短视频实战 3

### 一、实训目标

1. 掌握拍摄与制作美食类短视频的方法。
2. 掌握拍摄与制作生活技能类短视频的方法。
3. 掌握拍摄与制作商品宣传类短视频的方法。
4. 掌握拍摄与制作微电影类短视频的方法。

### 二、实训内容

自己拍摄+剪辑产出原创视频

### 三、实训手段

通过情景模拟、视频拍摄、收集有关资料、阅读、个人作业、专题报告、操作、展示、实训小组内的成员互相评议、谈论、形成作品等方式进行各实训内容的练习。

### 四、实训基本要求

要求学生能短视频基本要点，对短视频有所认识。按照指导教师对各实训内容的具体要求，广泛搜集资料，提炼资料，形成个人或小组视频。在进行情景模拟操练时，能遵守实训的规章制度。

### 五、主要仪器设备及消耗品

手机、电脑、多媒体、纸、笔等。

## 十三、实验课程内容和学时分配

### （一）实操

#### 一、拍摄智能手表短视频

本案例中的商品是一款适合中老年人佩戴的智能手表，在拍摄前先为商品编写一个宣传文案，然后根据文案构思要拍摄哪些内容，并撰写分镜头脚本。脚本撰写完成后，根据脚本拍摄各个分镜头。

#### 二、制作智能手表短视频

##### 1. 剪辑视频素材

先将拍摄的视频素材导入剪映中，然后添加旁白音频，并根据旁白对视频素材进行修剪。

## 2. 添加视频效果

为短视频添加转场效果、动画效果，并制作画面叠加效果。

## 3. 添加字幕

为短视频中的旁白添加字幕。

(二) 学时：2 学时

## 七、考核方式

评价标准：视频是否流畅、美观，内容是否有新意

1、教师评分 60%

2、学生评分 40%

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	经济管理学院
专    业:	23 市场营销 1、2 班, 23 网络营销与直播电商班
课    程:	商务数据分析与应用
制    定    人:	张少勇 李四和
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	8(第 7 周至第 15 周内安排)
实训总学时:	16
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

项目一 市场数据分析与可视化（行业发展分析） .....	3
项目二 运营数据分析与可视化 1 客户数据分析 1 .....	5
项目三 运营数据分析与可视化 1 客户数据分析 2 .....	7
项目四 运营数据分析与可视化 2（推广数据分析 1） .....	9
项目五 运营数据分析与可视化 2（推广数据分析 2） .....	11
项目六 运营数据分析与可视化 3（销售数据分析） .....	13
项目七 运营数据分析与可视化 4（采购、物流、库存数据分析）	15
项目八 产品数据分析与可视化(获客能力、盈利能力) .....	17

# 项目一 市场数据分析与可视化（行业发展分析）

## 一、实训目标

了解市场数据分析对决策的影响，掌握行业发展分析、市场发展趋势分析的方法

## 二、项目（实训）中的具体任务

市场容量分析、市场集中度分析

## 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

## 五、实训步骤、内容及学时

### 实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

### 实训内容

- 1、案例讨论 市场数据分析对决策的影响 5 分钟
- 2、讨论行业发展分析、市场发展趋势分析的指标 5 分钟
- 3、市场容量分析(EXCEL 练习) 30 分钟  
老师示范，学生按要求练习

4、 市场集中度分析（EXCEL 练习） 30 分钟

老师示范，学生按要求练习

5、 练习小结 5 分钟

## **六、考核或评价标准**

实训后，学生展示实训结果，教师根据学生答题情况评分，记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确，表现条理、清晰的情况，评为四档 90 分，80 分，70 分，59 分。

## 项目二 运营数据分析与可视化 1 客户数据分析 1

### 一、实训目标

了解客户分类（一般按区域、购买状态、购买数量、购买行为、客户属性进行分类）

对客户特征进行分析（性别、年龄、地域等对客户进行分析）

### 二、项目（实训）中的具体任务

对客户特征进行分析（性别、年龄、地域等对客户进行分析）

### 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

#### 实训内容

引导案例 5 分钟

讨论：客户分类（一般按区域、购买状态、购买数量、购买行为、客户属性

进行分类) 5 分钟

讨论: 客户特征分析(性别、年龄、地域、购买能力、购买频率等对客户进行分析) 5 分钟

1、客户性别分析: 练习(项目 5 素材 客户特征分析) 15 分钟

2、客户年龄分析: 练习(项目 5 素材 客户特征分析) 15 分钟

3、客户地域(所在地)分析: 练习(项目 5 素材 客户特征分析) 10 分钟

4、客户购买能力(客户消费层级分析)分析: 练习(项目 5 素材 客户特征分析) 10 分钟

5、客户购买频率(访问时间)分析: 练习(项目 5 素材 客户特征分析) 10 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后, 学生展示实训结果, 教师根据学生答题情况评分, 记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确, 表现条理、清晰的情况, 评为四档 90 分, 80 分, 70 分, 59 分。

## 项目三 运营数据分析与可视化 1 客户数据分析 2

### 一、实训目标

对客户忠诚度分析：重复购买率，购买频次，新老客户占比分析，淘宝店铺流量入口分析，客户行为偏好分析，客户购买能力分析

### 二、项目（实训）中的具体任务

重复购买率，购买频次，新老客户占比分析，淘宝店铺流量入口分析，客户行为偏好分析，客户消费层级分析

### 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

#### 实训内容

- |                      |       |
|----------------------|-------|
| 1、客户忠诚度分析：重复购买率，购买频次 | 10 分钟 |
| 练习（项目 5 素材 客户忠诚度分析）  | 10 分钟 |

## 2、新老客户占比分析

练习（项目 5 素材 新老客户占比分析） 10 分钟

## 3、客户行为（路径）分析：

练习（淘宝店铺）（项目 5 素材 淘宝店铺流量入口分析表） 10 分钟

## 4、客户行为偏好分析

练习：项目 5 素材 客户行为偏好分析 15 分钟

5、客户购买能力(客户消费层级分析)分析 15 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后，学生展示实训结果，教师根据学生答题情况评分，记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确，表现条理、清晰的情况，评为四档 90 分，80 分，70 分，59 分。

## 项目四 运营数据分析与可视化 2（推广数据分析 1）

### 一、实训目标

掌握流量来源分析、关键词推广分析、提升关键词推广效果的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

流量来源分析、关键词推广分析

### 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

#### 实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

#### 实训内容

##### 1. 流量来源分析

付费流量、淘内免费、自主访问、大促会场、淘外网站、淘外媒体、其他来源等 10 分钟

- (1) 免费流量构成分析 P167: 项目 5 素材 (EXCEL) 10 分钟
- (2) 付费流量构成分析 P169: 项目 5 素材 (EXCEL) 10 分钟

## 2. 关键词推广分析 P170

(1) 关键词展现数分析 (EXCEL) : 项目 5 素材: 8 关键词推广数据表 10 分钟

(2) 展现量与点击率分析 (EXCEL) : 项目 5 素材: 8 关键词推广数据表 10 分钟

(3) 订单分析 (EXCEL) : 项目 5 素材: 8 关键词推广数据表 10 分钟

(4) 总费用与投资回报率 (return on investment, ROI) 分析 (EXCEL) : 项目 5 素材: 8 关键词推广数据表 10 分钟

3. 提升关键词推广效果的方法: 提高关键词展现量、点击率、转化率 10 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后, 学生展示实训结果, 教师根据学生答题情况评分, 记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确, 表现条理、清晰的情况, 评为四档 90 分, 80 分, 70 分, 59 分。

## 项目五 运营数据分析与可视化 2（推广数据分析 2）

### 一、实训目标

了解活动推广效果分析：流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析

了解内容运营分析：站内内容运营，站外内容运营分析

### 二、项目（实训）中的具体任务

流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析、站内内容运营，站外内容运营分析

### 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

实训内容

- |                |       |
|----------------|-------|
| 1. 教授：活动推广效果分析 | 10 分钟 |
| 练习：流量分析        | 15 分钟 |
| 转化分析           | 15 分钟 |
| 吸引新客户能力分析      | 10 分钟 |

2. 了解内容运营分析:

练习: 站内内容运营分析 10 分钟

站外内容运营分析 10 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后, 学生展示实训结果, 教师根据学生答题情况评分, 记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确, 表现条理、清晰的情况, 评为四档 90 分, 80 分, 70 分, 59 分。

## 项目六 运营数据分析与可视化 3（销售数据分析）

### 一、实训目标

掌握交易数据分析、服务数据分析的方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

交易数据分析、服务数据分析

### 三、背景知识

卖家需要对在线商品的销售数据定期进行统计与整理，明确了解各类商品的销售情况。实际中从线上导出的数据只是一张相应销售数据的表格，并不能直接看出问题出在哪里，更不能体现出一些其他的潜在信息，这时可以通过 Excel 对销售情况进行统计与分析，从中发现问题并解决问题，为以后的销售策略提供数据支持。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

实训内容

- 1、交易数据分析

讨论销售额的影响指标

网店的销售额 = 展现量 × 点击率 × 转化率 × 客单价 = 访客数 × 转化率 × 客单价 5 分钟

- (1) 销售额折线图 (excel)、 10 分钟
- (2) 客单价折线图 (excel)、 10 分钟
- (3) 订单量折线图 (excel)、 10 分钟
- (4) 转化率折线图 (excel) 10 分钟

1、预测 2022 年 1 月、2 月的利润 (excel) 10 分钟

### 3、服务数据分析

- (1) 讨论客服 KPI 考核指标：咨询转化率、支付率、落实客单价、首次响应时间 (ST)、平均响应时间 (PT)、售后服务等 5 分钟
- 访问深度与咨询率、咨询转化率的关系 (excel) 10 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后，学生展示实训结果，教师根据学生答题情况评分，记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确，表现条理、清晰的情况，评为四档 90 分，80 分，70 分，59 分。

# 项目七 运营数据分析与可视化 4（采购、物流、库存数据分析）

## 一、实训目标

了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析，能制作需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析

## 二、项目（实训）中的具体任务

需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析

## 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能。

## 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

## 五、实训步骤、内容及学时

实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

实训内容

1. 讲授：供应链主要指商品采购、商品存储、物流配送等主要环节 10 分钟

采购过程中一般要遵循 5R 原则：适时（right time）、适质（right quality）、适量（right quantity）、适价（right price）、适地（right place）

2、练习：采购数据 - 需求预测柱形图 项目 5 素材 采购数据分析 25 分钟

3、练习：物流时效分析 项目 5 素材 物流数据 25 分钟

4、练习：库存数据分析 项目 5 素材 库存数据 10 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后，学生展示实训结果，教师根据学生答题情况评分，记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确，表现条理、清晰的情况，评为四档 90 分，80 分，70 分，59 分。

## 项目八 产品数据分析与可视化(获客能力、盈利能力)

### 一、实训目标

了解产品获客能力、盈利能力分析，掌握产品获客能力、盈利能力分析方法

### 二、项目（实训）中的具体任务

产品获客能力、盈利能力分析

### 三、背景知识

学生已学习了商务数据分析的基本理论，学生已掌握了 excel 软件的基本使用技能。

### 四、实训工具与设备

U 盘、投影设备、互联网、Excel 软件

### 五、实训步骤、内容及学时

实训步骤：

- 1、老师示范、学生按要求独立完成实训任务
- 2、学生代表展示作业
- 3、老师进行解析
- 4、让学生说说本次课堂的收获（对内容进行小结）
- 5、老师进行总结
- 6、布置课后练习：

实训内容

- 1、产品获客能力

练习：计算“新点击率占比”和“复购率” excel 20 分钟

- 2、盈利能力

(1) 讲授：产品结构分析：形象款、引流款、 利润款、日常款、活动款 5 分钟

讨论：如何定位引流款？ 5 分钟

练习：商品浏览量、平均停留时长、详情页跳出率、支付转化率、商品收藏人数 excel 20 分钟

(2) SKU 分析 ： 练习 excel 20 分钟

## 六、考核或评价标准

实训后，学生展示实训结果，教师根据学生答题情况评分，记入平时成绩。实训结果根据内容完整、正确，表现条理、清晰的情况，评为四档 90 分，80 分，70 分，59 分。

# 广州华南商贸职业学院

## 实训指导书

二级学院:	数智经济贸易学院
专    业:	电子商务
课    程:	网页设计与制作
制    定    人:	倪国章
实训周(次)学时:	2
实训周(次)数:	18(第1周至第18周内安排)
实训总学时:	34
教研室审批:	
二级学院审批:	

教学科研部 制

# 目 录

实训一 站点与文档的创建 (2 学时)	3
实训二 文档及其格式化 (2 学时)	3
实训三 图像 (2 学时)	4
实训四 超级链接 (2 学时)	5
实训五 表格和页面布局表格 (2 学时)	7
实训六 框架 (2 学时)	9
实训七 层 (2 学时)	11
实训八 模板与库 (2 学时)	13
实训九 表单 (2 学时)	15
实训十 行为 (2 学时)	17
实训十一 多媒体组件的插入、使用代码设计网页与站点管理 (2 学时)	20
实训十二 动态网站制作 (2 学时)	24
实训十三 综合实训 (2 学时)	26
实训十四 综合实训 (2 学时)	28
实训十五 综合实训 (2 学时)	30
实训十六 综合实训 (2 学时)	32
实训十七 综合实训 (2 学时)	34

## 实训一 站点与文档的创建

### 【实训目的】

熟悉 Dreamweaver/VScode 环境，掌握站点的创建，学会制作页面的一般制作方法。

### 【实训内容】

1. Dreamweaver/VScode 简介，启动，界面认识；
2. 创建一个站点；
3. 创建和打开一个文档；
4. 网页的新建，保存，预览，关闭，打开；
5. 字体，标题级，颜色，效果设定。

### 【实训步骤】

1. 在 Dreamweaver 中，创建站点；
2. 新建网页；
3. 设置文档的属性；

### 【实训要求】

按实训内容完成操作，完成实训报告，在实训报告中要求记录设计网页的全过程；

所有实训环节均由每位学生独立完成，严禁抄袭他人实训结果。

## 实训二 文本及其格式化

### 【实训目的】

通过本例要求掌握网页的一些基本常识，例如：文档的创建、打开与保存，标尺与网格的使用，捕捉与辅助设计图片的应用等。掌握设置文本格式的方法，如文本的断行与缩进、文本列表及格式化文本的方法。。要求掌握 CSS 样式面板的使用，插入样式表的方式、样式表的优先顺序、CSS 的基本语法与功能，能够

为 HTML 设置样式，熟悉 CSS 样式定义对话框的各项功能。并熟练使用 CSS 滤镜进行各种样式的设置。

### 【实训内容】

1. 文档及其格式化，练习文本的输入及属性的设置；
2. 创建文本列表；
3. 利用 HTML 格式化文本；
4. 层叠样式表；熟悉 CSS 样式面板；设置各种类型的 CSS 样式；熟悉 CSS 样式定义对话框中各项的含义；CSS 基本样式设置；
5. 文本格式化；文本录入与编辑；
6. 网页的预览。

### 【实例参考】

1. 制作如图所示的列表网页，要求一级标题有序列表，二级标题无序列表，样式如下图所示。



## 实训三 图像

### 【实训目的】

- 1、通过本例要求掌握常见的图像格式及图像的插入方法。
- 2、能够修改图像属性，利用外部图像处理软件编辑图像。
- 3、创建图像映射，建立 WEB 相册。

### 【实训内容】

1. 图像创建实例与应用技巧；
2. 设置图像的属性；
3. 使用图像地图；
4. 创建鼠标经过图像；
5. 创建 WEB 相册。

### 【实例参考】

1. 制作一个“图片热点”效果网页。要求在自选图片上创建三个热点，分别连接到自拟的文字段中。并要求当鼠标悬停在相应热点上时，显示该区提示信息。



## 实训四 超级链接

### 【实训目的】

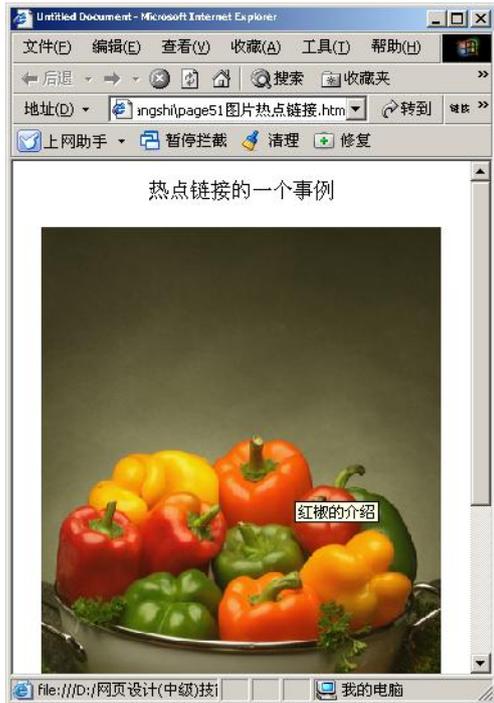
- 1、掌握设置文本超级连接的方法；
- 2、掌握设置图片超级连接的方法；
- 3、掌握设置图片热点超级连接的方法；

### 【实训内容】

- 1、超链接的基本概念和种类；
- 2、创建超链接；
- 3、文本和图片超链接的实现；
- 4、锚点超链接的实现
- 5、邮件超链接；
- 6、创建跳转菜单和导航条；
- 7、管理超级链接。
- 8、设置超级链接的属性

### 【实例参考】

1. 新建一个网页，在此网页中，创建到电子邮件地址 yzsys1@163.com 的超级链接。
2. 创建一个网页，在此网页中插入一幅图片，当鼠标移动到不同部位（至少两个部位）时，显示不同的提示信息，并且超级链接到不同网页中去。



3. 制作一个如图所示的锚点。



4. 要求网页中所示具有超级链接属性的文字起初不具有下划线，当鼠标悬念在上面时，字体变成红色，且具有下划线。

5. 整合以前做的各种网页, 创建一个主页 default.asp, 将上述各网页链接起来。并且要求在此主页写上自己的真实班级、学号和姓名。

## 实训五 表格和页面布局

### 【实训目的】

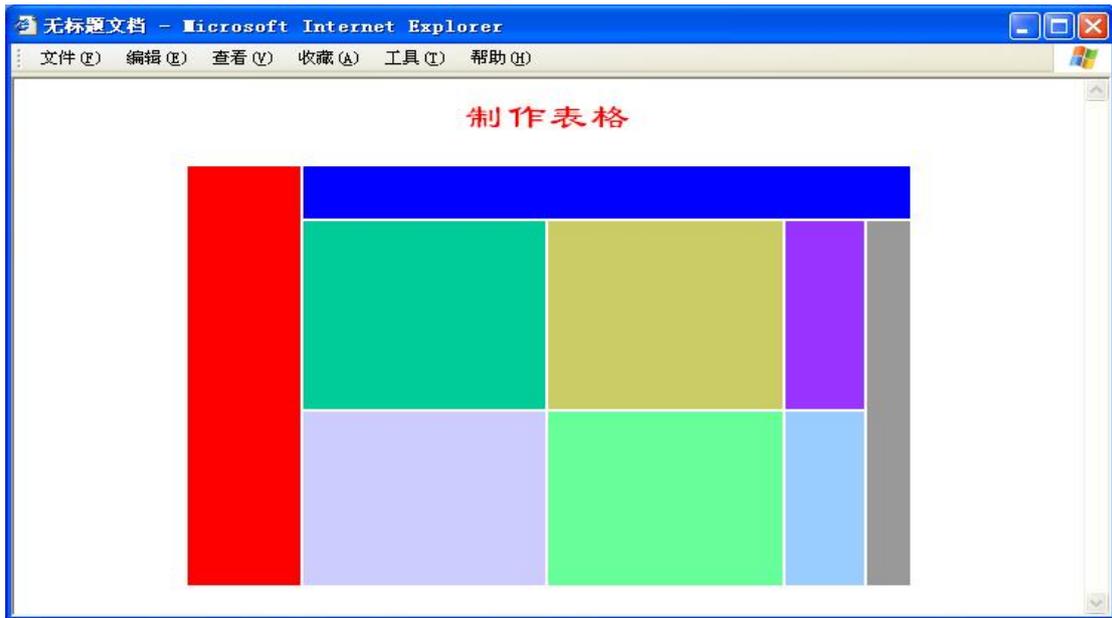
- 1、掌握表格的创建、结构调整与美化方法;
- 2、熟悉表格与单元格的主要属性及其设置方法;
- 3、掌握通过表格来进行网页页面的布局方法。

### 【实训内容】

- 1、表格创建及属性设置练习;
- 2、插入表格, 对表格进行各种操作;
- 3、外部数据的导入;
- 4、表格美化;
- 5、创建复杂表格;
- 6、绘制布局单元格和布局表格

### 【实例参考】

1. 制作一个如图所示的表格。要求样式如下, 并将各自单元格分别设置成不同颜色(颜色自拟)。



2. 创建一个如图所示“图文并茂”的效果，文字内容及图片自拟。



## 实训六 框 架

### 【实训目的】

- 1、掌握框架网页在创建、选择、设置、存储与应用方面的特点；
- 2、掌握框架结构网页的制作方法；
- 3、掌握 iframe 标记以及各个属性。

### 【实训内容】

- 1、框架的基本操作练习，创建框架和框架集，
- 2、设置框架和框架集的各种属性。
- 3、框架布局练习
- 4、框架中的链接练习

### 【实训步骤】

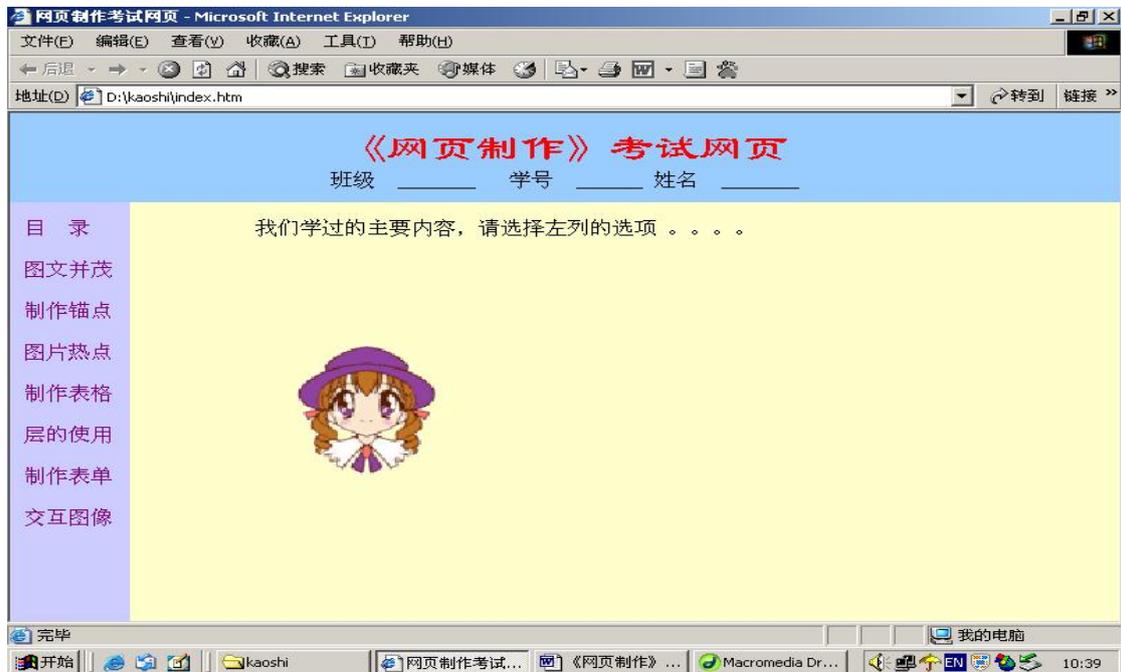
1. 设计制作演示中的框架网页；（文件——新建——框架网页）
2. 设置边距、选项、滚动条、拆分框架在定义目标框架替换之前，给目标框架命名  
链接到目标框；
3. 进一步完善自己的网页，制作图、文、声并茂的页面，完成个人站点信息的制作  
与测试。

### 【实训要求】

通过网络空间网站的设计, 熟练掌握利用框架来组织布局网页内容, 灵活运用目标框架来设计超级链接网页的目标位置.

### 【实例参考】

整合以前做的各种网页。要求创建一个框架主界面, 样式如下图所示。要求主框架文件名为 default.asp, **网页标题为: 网页制作考试网页**, 其余网页文件名自定。框架结构为上、左、右样式, 并分别设置成不同背景颜色(颜色自拟)。顶层网页写上自己的**真实班级、学号和姓名**。在左边框架文件中点击相应目录项, 在右侧框架中显示相应的内容。



## 实训七 层

### 【实训目的】

通过本章的学习, 应掌握层的基本操作方法如层的创建方法、层的各种编辑、层的相关属性设置及层与表格间的转换方式等。掌握移动、删除层的方法。初步将层与行为进行简单结合。

## 【实训内容】

- 1、创建并进行层的编辑
- 2、层的相关属性设置练习
- 3、层的基本操作和管理
- 4、层与表格间的相互转换练习
- 5、尝试层与行为的初步结合
- 6、在页面布局中使用层和表格。

## 【实例参考】

1. 创建如下的效果网页：当鼠标分别悬停在“我的童年”、“我的少年”、“我的青年”三个文本时，在图中央分别显示三种不同的图片，当鼠标移走时，相应图片消失。

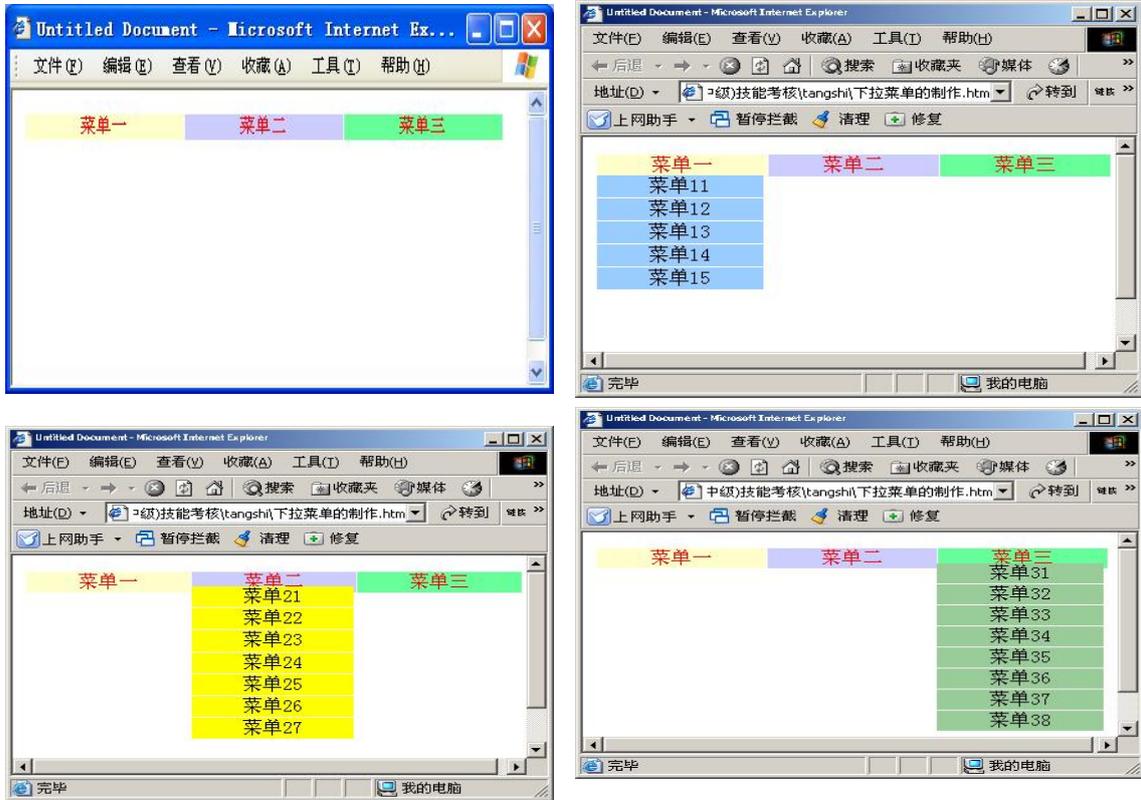




2. 制作如下图所示的效果。要求当鼠标分别悬停在“春露”、“夏荷”、“秋叶”、“冬雪”四个文本时，在图中央分别显示四种不同的图片，当鼠标移走时，相应图片消失。



3. 制作一个下拉式菜单，界面如图所示。



## 实训八 模板与库

### 【实训目的】

通过本例要求掌握库与模板的基础知识和应用：如何创建和设置库部件、为网页添加和编辑库部件。并掌握创建模板、设置模板的各项属性等内容。了解模板的固定区域与可编辑区域的区别和用途。了解更改模板或库元素对使用选定的模板或包含选定库元素的网页的影响。学会通过模板和库元素创建网页的方法

### 【实训内容】

#### 1、熟悉资源面板

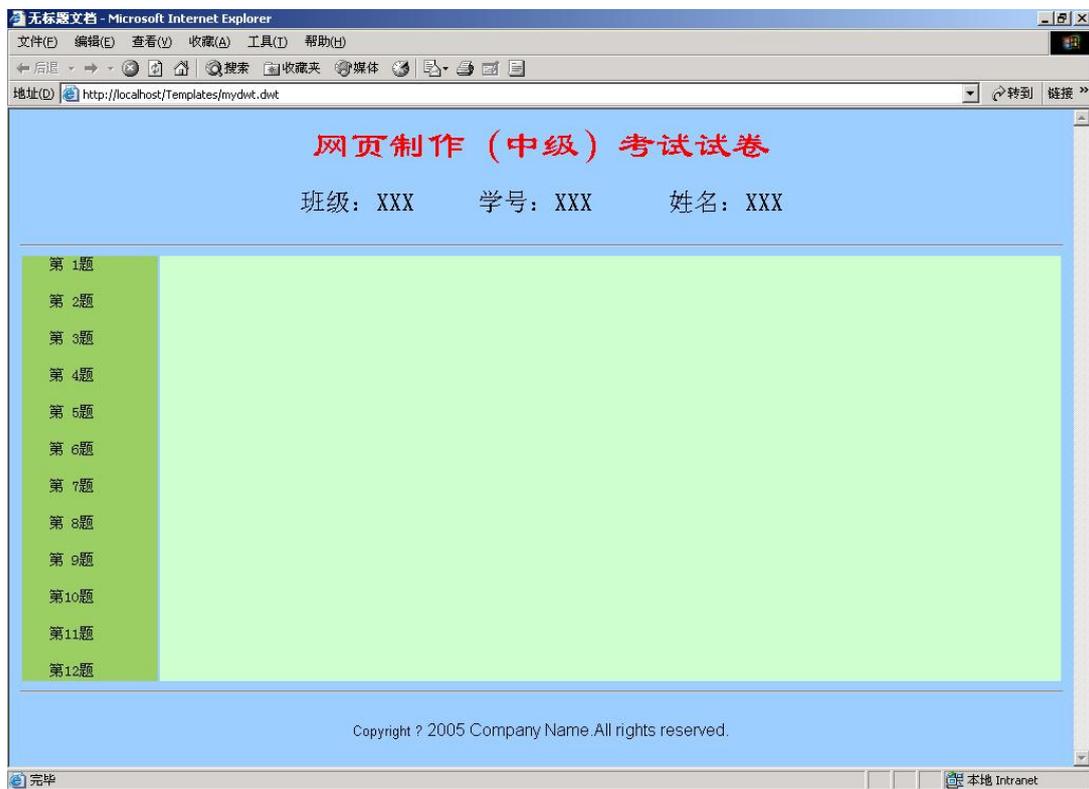
2、创建、设置库部件，练习为网页添加库部件

3、创建、设置、修改模板

4、套用模板创建文档，利用库部件更新网站

### 【实例参考】

设计一个如下图所示的模板，并将此模板应用于以前制作的一些网页。最后再设计一个主页 default.asp，将上述所有的网页连接起来。



## 实训九 表 单

### 【实训目的】

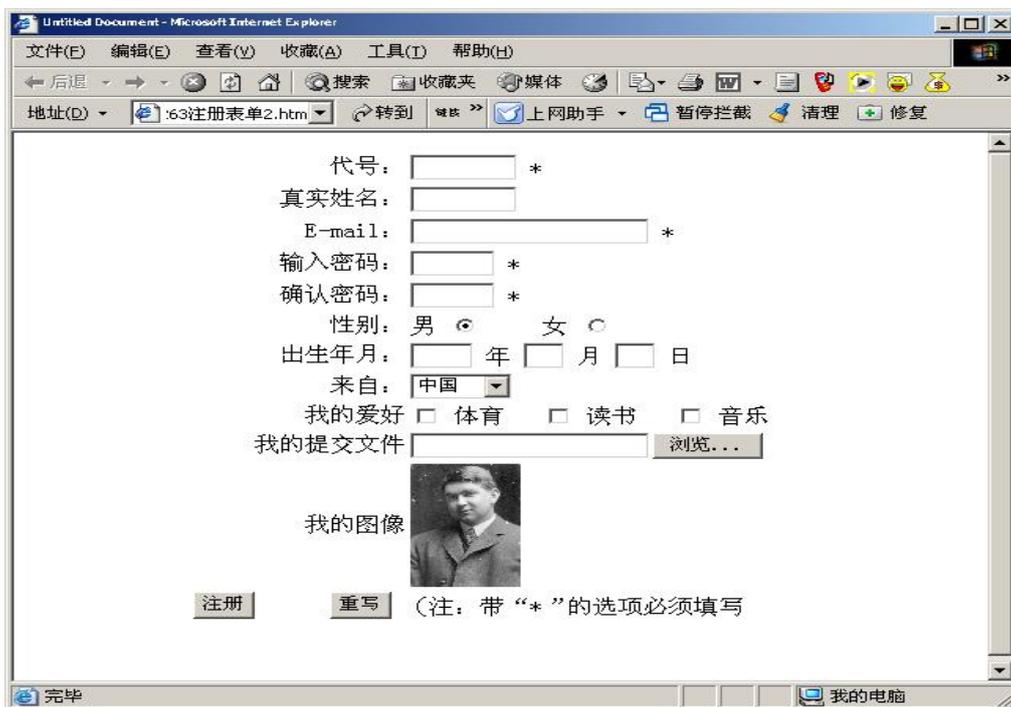
学会使用 Dreamweaver 中应用表单设计网页的方法，全面掌握表单的创建、编辑、处理方法，以及各表单对象的功能、特点和用途（包括：复选框、下拉列表框、按钮）的特点与使用方法。

## 【实训内容】

- 1、练习表单及表单对象在网页中的插入
- 2、表单对象的编辑练习
- 3、表单元素正确性的验证
- 4、创建脚本，表单的处理
- 5、建立动态交互式表单示例
- 6、验证表单
- 7、创建 ASP 文件。

## 【实例参考】

1. 创建一个如下图所示的客户留言表单。表单提交方式为 GET。提交后交给 abc.asp 程序去处理。



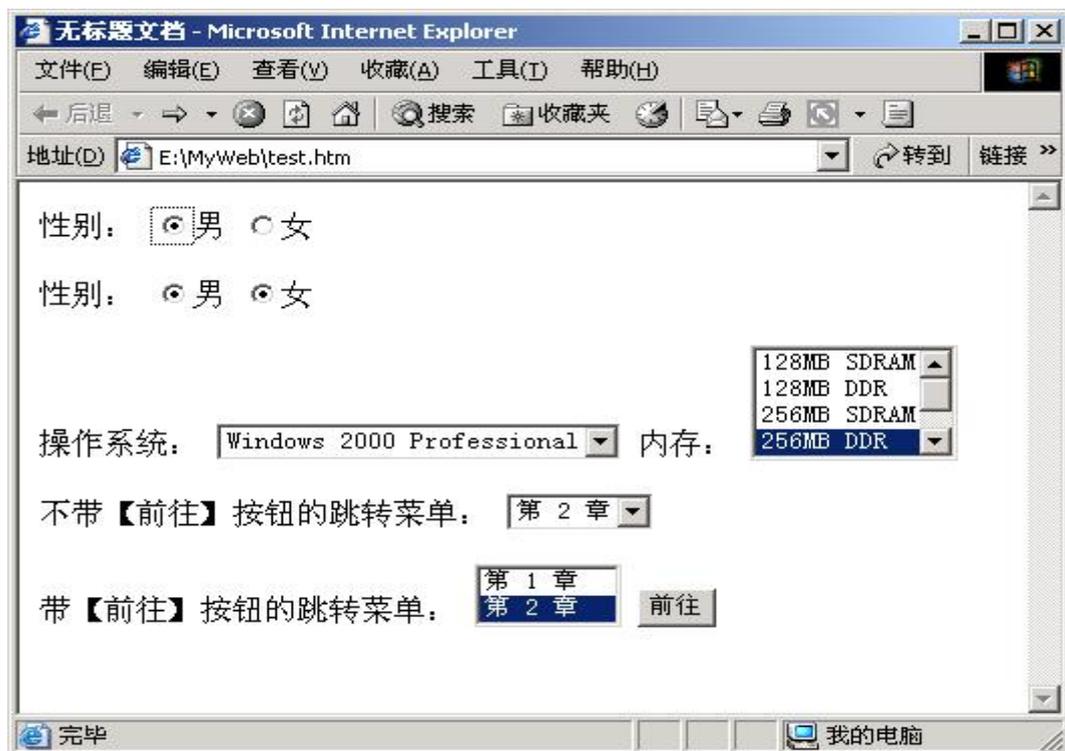
The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a registration form titled "注册表单2.htm". The form contains the following fields and elements:

- 代号:  \*
- 真实姓名:
- E-mail:  \*
- 输入密码:  \*
- 确认密码:  \*
- 性别: 男  女
- 出生年月:  年  月  日
- 来自:
- 我的爱好:  体育  读书  音乐
- 我的提交文件:  浏览...
- 我的图像: 
- 注册  重写  (注: 带 "\*" 的选项必须填写)

2. 制作如下图所示的表单，并进行验证录入数据的正确性，要求姓名为任意字符，长度为 4 个汉字，E-mail 符合电子邮件的格式，年龄在 18—88 之间。



3. 设置一个如图所示的网页，内容包括两组单选框，四组下拉列表框和一个命令按钮。



## 实训十 行 为

### 【实训目的】

了解行为、事件与动作的概念；学会利用行为面板设置控制对象的行为；会利用系统提供的主要行为，设置网页对象的行为从而实现交互式网页的设计；能够下载、安装并使用第三方行为。

### 【实训内容】

1. 熟悉行为面板
2. 各种 Dreamweaver 内置行为练习，行为和事件的类型；
4. 弹出欢迎信息，跳转页面，播放声音，导航条的制作。
5. 基本行为制作的实例。
6. 应用行为技巧实例。翻滚图，动态图片说明。利用行为命令制作页面。页面播放声音，背景音乐。
7. 掌握时间轴的使用

### 【实例参考】

1. 创建一个“交互图像”。要求当鼠标悬念在图像上时变换成另一幅图像，当鼠标单击时打开第三幅图像。

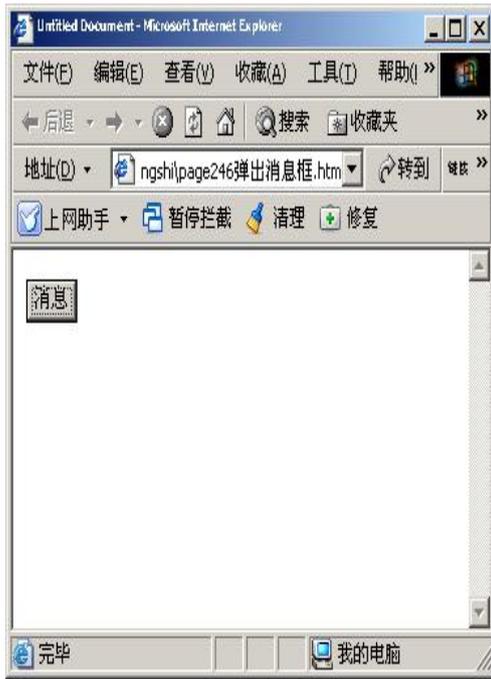




2. 制作如下图所示的跳转菜单，要求列表项至少有 3 项，并分别链接到不同的网页上去。



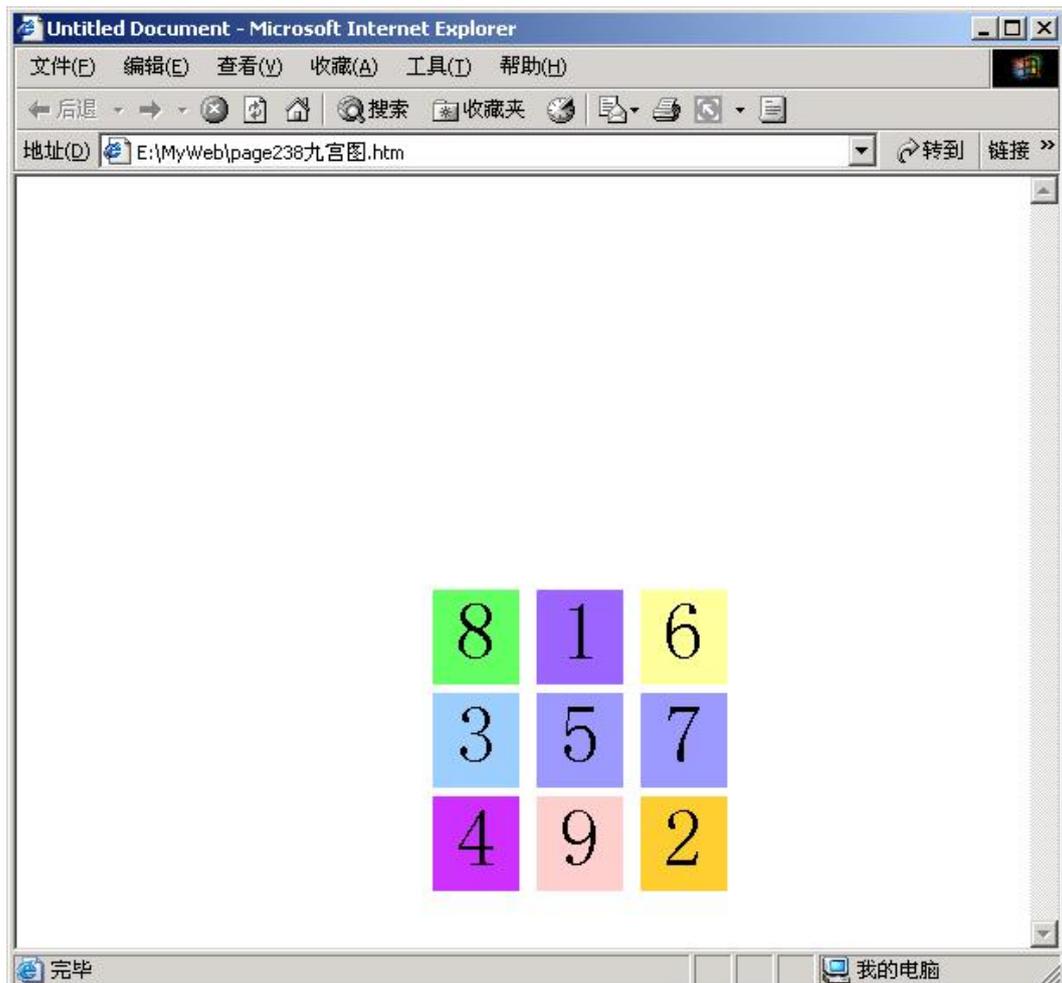
3. 制作一个网页，设置一个按钮，当鼠标点击它时，弹出一个消息框，如下图所示。



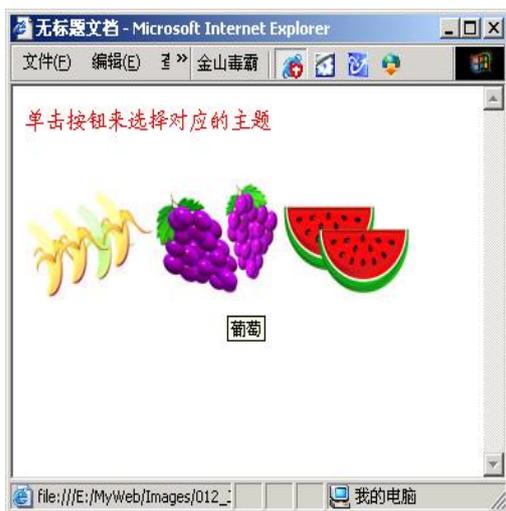
4. 作一个如下图所示的播放器，网页上要求具有“播放”、“停止”、“返回”按钮。



5. 制作如图所示的一个“九宫图”游戏。

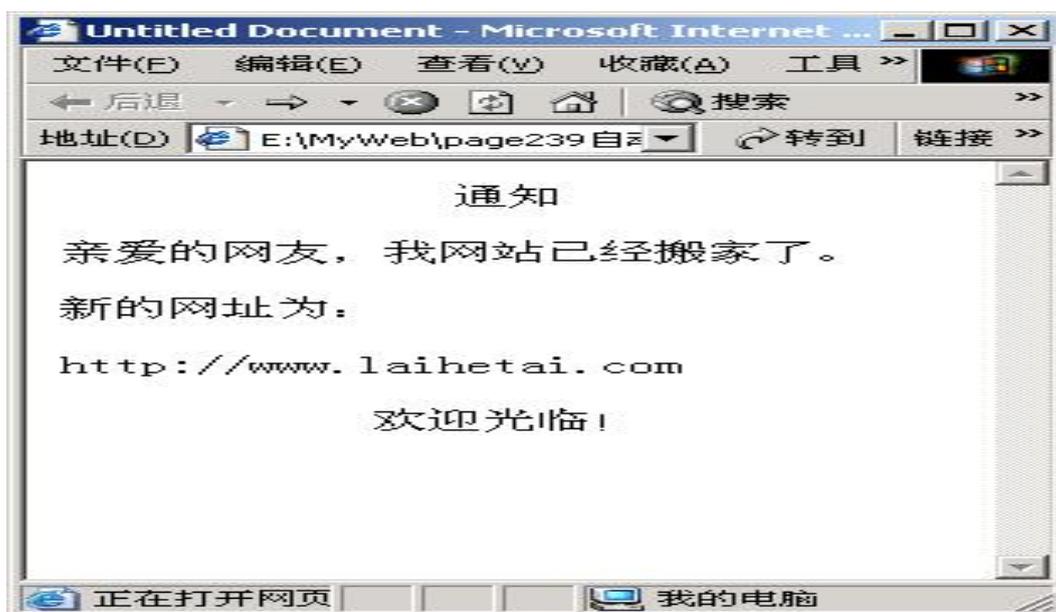


6. 创建如图所示的导航条。

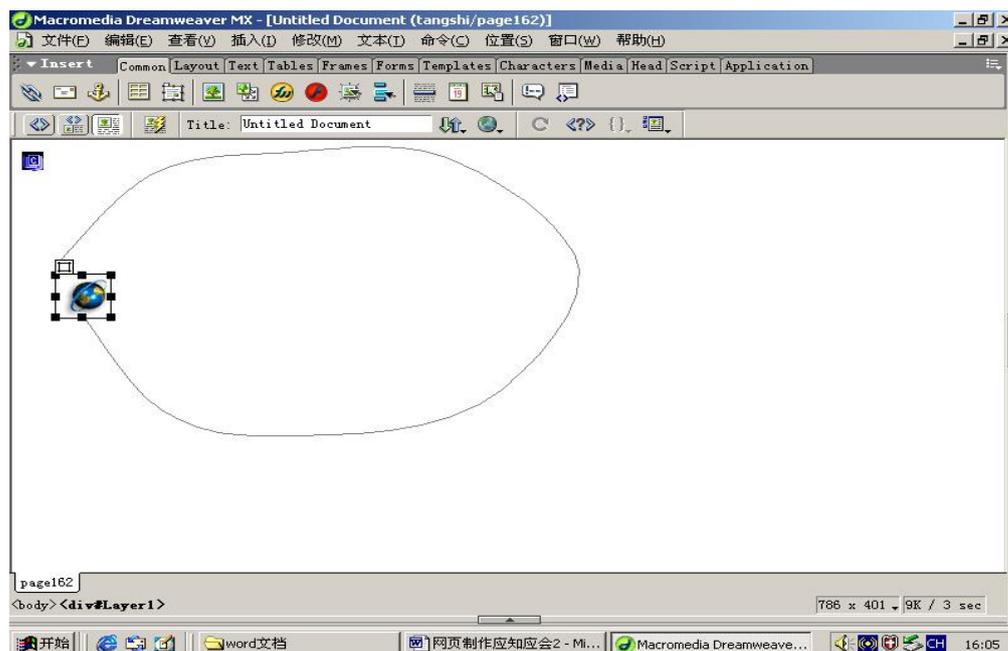


7. 制作一个自动跳转网页“test.htm”，当打开这个网页时，此网页自动打开另

一个网页 index.htm。



8. 利用层和时间轴制作一个如图所示的动画。



## 实训十一 多媒体组件的插入、使用代码设计网页与站点管理

### 【实训目的】

掌握如何在 Dreamweaver 中插入 Flash 动画、Flash 按钮、Flash 文本、视频、声音以及插件。要求掌握通过站点管理器发布站点的方法与上传、下载与同步更新站点内容的方法。熟悉站点管理器的用途，学会利用站点地图查看、管理各网页之间的超链接关系。

### 【实训内容】

1. 理解 Dreamweaver 与 fireworks 协同工作。
2. 理解 Dreamweaver 与 flash 协同工作。
3. 使用 flash 对象。为页面添加 Flash 动画，Shockwave 动画，添加 Flash 文字，添加 Flash 按钮。
4. 查看代码，编写代码，利用代码设计页面。
5. 管理站点；
6. 站点地图；
7. 建立远程站点；
8. 使用存回和取出系统；
9. 远程站点文件的上传和获取，测试站点。

### 【实例参考】

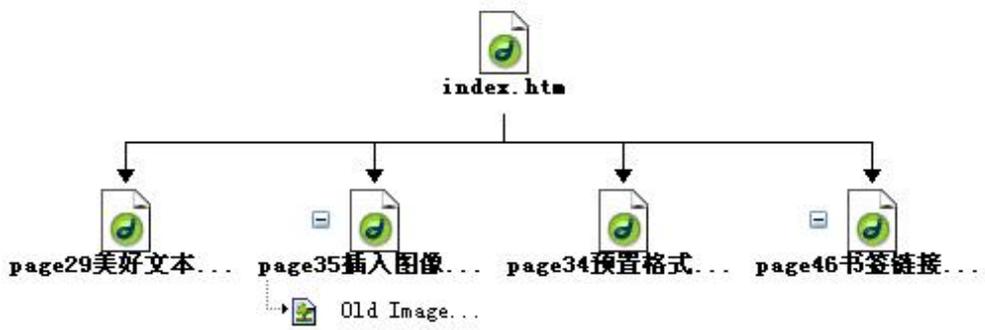
1. 插入如图所示的 flash 按钮，并链接到其它网页中去。



2. 制作一个如下图所示的 flash 文本和 flash 按钮。



3. 制作一个主页，此主页能够超级链接到各种网页中去，导出这个站点的站点地图，文件名为 myweb. bmp。



4. 创建一个水平滚动条。



5. 制作一个垂直滚动的文本。



6. 新创建一个网页，将此网页的标题和关键字都设置为“来鹤台, 个人网站, 扬州职业大学”。

## 实训十二 动态网站制作

### 【实训目的】

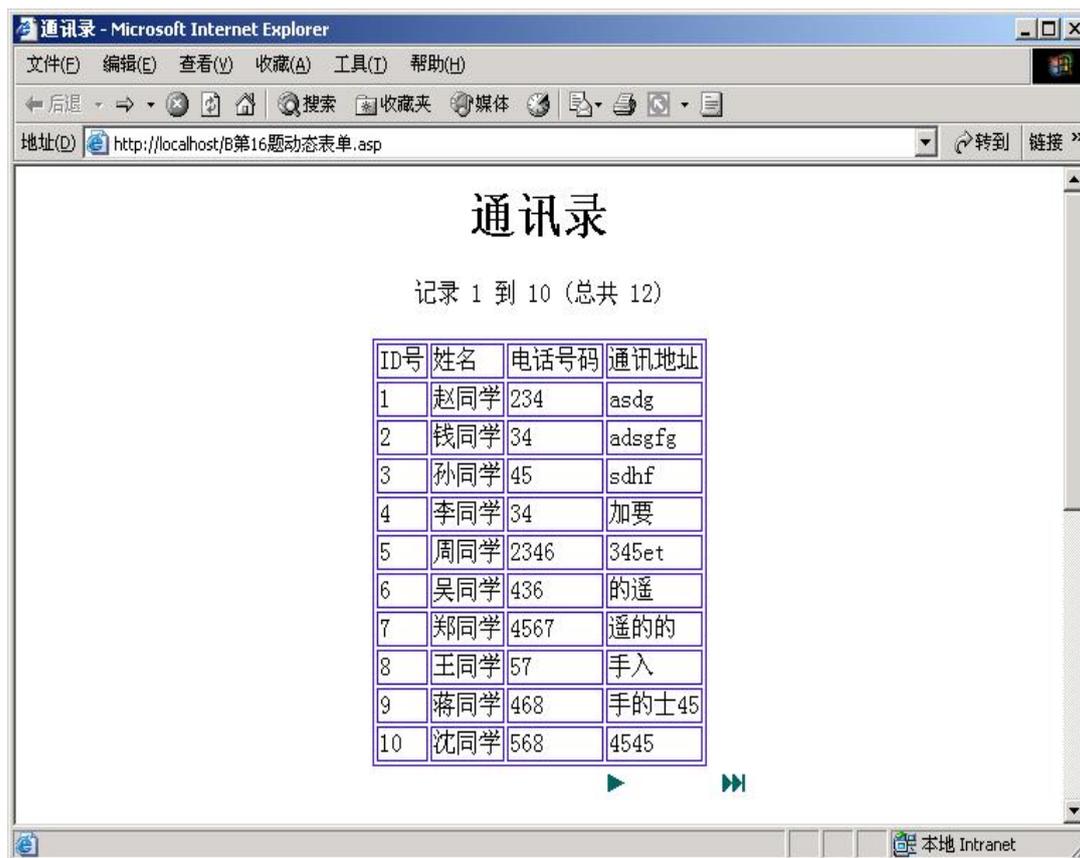
学会配置 web 服务器，定义一个动态站点，创建一个 Access 数据库 并进行配置，能够创建动态网页，并对其进行正确的运行，操纵数据库中的数据。

### 【实训内容】

1. 配置 web 服务器，配置 IIS，定义动态站点
2. 创建并配置一个 Access 数据库。
3. 创建动态网页；
4. 在动态网页上创建记录集，添加记录，显示记录。

## 【实例参考】

1. 用 Access 创建一个数据库，在其中再创建一个数据库表，在此表中再输入一些记录。现要求制作如下图所示的通讯录系统，要求能显示数据库中的记录信息。在此 Web 页面中要求包括“记录集导航状态”和“记录集导航条”。



2. 制作如下一个通讯录，要求能动态的查询记录和添加记录。



3. 制作一个用户登录动态表单 login.asp。

(1) 该表单的学号、用户名、密码分别如下所示：

id	name	password
1	赵同学	1
2	钱同学	2
3	孙同学	3
4	李同学	4
5	周同学	5
6	吴同学	6
7	郑同学	7
8	王同学	8

(2) 登录界面 login.asp 如下图所示：



(3) 如登录成功，进入如下 success.asp 网页。



(4) 如登录不成功，则进入如下页面 fail.asp。



4. 制作一个修改数据库中记录的一个动态表单 record.asp。

该数据库中的学号、用户名、密码分别如下所示：



(1) 显示数据库中的所有记录信息 record.asp，要求包括记录集导航状态和记录集导航状态条。界面如下图所示。



(2) 制作上题中的插入信息的动态表单 insert.asp。



(3) 制作上题中的更新数据库表中信息的动态网页 update.asp。



(4) 制作上题中的删除信息的动态网页。



## 实训十三——十七 综合实训

### 【实训目的】

熟悉 DreamweaveMX 环境，掌握站点的创建，学会制作页面的一般制作方法。

### 【实训内容】

1. Dreamweaver/VScode 简介，启动，界面认识；
2. 创建一个站点；
3. 创建和打开一个文档；
4. 网页的新建，保存，预览，关闭，打开；
5. 字体，标题级，颜色，效果设定。
6. 完成实训 13 至 16 共四个综合实训项目

### 【实训步骤】

1. 在 Dreamweaver 中，创建站点；
2. 新建网页；
3. 设置文档的属性；

### 【实训要求】

按实训内容完成操作，完成实训报告，在实训报告中要求记录设计网页的全过程；

所有实训环节均由每位学生独立完成，严禁抄袭他人实训结果。

# 《电商经营综合实训（C店）+（B店）》

## 实训课程指导书及实践实训方案

### 一、课程基本信息

【课程名称】 电商经营综合实训（C店）+（B店）

【开课时间】 第 4 学期

【学时/学分数】 24 学时/1 学分

【课程类型】 考查课

【授课对象】 电子商务专业

【授课学院】 数智经济贸易学院

### 二、课程定位

#### （一）课程性质

《电商经营综合实训（C店）+（B店）》是电子商务类专业扩展课程，前导课程有《电子商务实务》、《平面美工技术实务》和《PhotoShop 图像处理》、《商品摄影技术》；后续课程有《商务数据分析与运用》。通过本课程的实训，一方面使学生巩固电商工具的基本理论和基本策略；另一方面掌握电商工具应用的手段和技术技能，为进一步从事电子商务工作运营经理等相关工作岗位奠定基础，实训内容包括店铺优化、打造店铺人群标签、店铺首页装修优化、直通车工具、钻展工具、淘宝客工具、单品爆款打造、免费流量提升等技能。

#### （二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如京东、拍拍、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立

操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习,使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作,并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出,结合案例进行教学,注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识,结合实验操作,使学生进一步学以致用,掌握好互联网上电商实践操作。

### 三、考核说明

按班级分组方式完成,每组成员原则上为3-6人,以完成该课程技能中最主要的十个实训项目为考核要求,每个子项目为100分,原则上每个项目的第一负责人为最高分,依次递减5分,直到0分为止。其中每个子项目占总评的10%,最后总评以10个子项目的总和评定为该课程的实训总评成绩。

如有实训总评不达标,本课程可以进行一次补考考核过程中,参照以下几个方面进行量化评定:

- (1) 实训过程中学生实习表现、作业质量、营销业绩等;
- (2) 答辩;
- (3) 其它(工作态度、纪律、创造性等)。

可参考评分细则如下表:

序号	项 目	要 求	成绩比例 (%)
1	各项目完成情况及效果	正确、合理、富有创新	40
2	纪律、态度	态度端正、严格遵守纪律	10
3	实习报告	基本数据准确、分析正确、预测合理、格式与用语规范、表达清晰	30
4	现场答辩	基本概念清晰、表述清楚、仪表大方	20
合 计			100

资料提交:

考勤表；成绩单（包括实训成绩，考勤成绩）；实训报告（作品，成果，作业等）

#### 四、实训内容安排

序号	实训内容	实验/实训 上机	习题课 讨论课	课程设计 答辩(大作业)	总学时
1	网店筹备--目标市场分析	0	0	2	2
2	网店的开设--注册开店	2	0	0	2
3	网店的开设--基础设置	2	0	0	2
4	网店的开设--物流设置	2	0	0	2
5	网店的开设--宝贝发布	2	0	0	2
6	网店的开设--店面装修	2	0	0	2
7	网店的运营--运营管理	0	0	2	2
8	网店的运营--客户服务与管理	0	0	2	2
9	网店的运营--网店推广	0	0	2	2
10	ITMC 电子商务沙盘概述	2	0	2	4
11	项目答辩及考核	0	0	2	2
12	合计	12	0	12	24

#### 项目任务1 店铺优化

##### 活动分析单 1-1

实训目标	产品标题优化
实训任务	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TOP20W 词表筛选；</li> <li>2. 品牌词、类目词、下拉词筛选；</li> <li>3. 引流词数据分析；</li> <li>4. 确定产品标题。</li> </ol>
环境需求	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 互联网接入。</li> <li>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</li> <li>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</li> <li>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</li> </ol>

实训步骤	<p>步骤 1: 根据 TOP20W 词表、品牌词、类目词、下拉词, 并结合店铺产品实际情况, 初步筛选引流词;</p> <p>步骤 2: 使用直通车流量解析工具对筛选的引流词进行分析, 剔除展现、点击率、转化率低的引流词;</p> <p>步骤 3: 依次通过淘宝 APP 搜索引流词, 统计 APP 前 3 页产品数据, 统计相应数据表格;</p> <p>步骤 4: 根据统计测算改引流词进入前 3 页所需经费;</p> <p>步骤 5: 通过数据对比选择性价比最高引流词;</p> <p>步骤 6: 根据所筛选的引流词, 组合产品标题;</p>
------	--

工作考核页 1-1

组长:                      成员:                      成绩:                      编号: 1-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	初步筛选的引流词	20 分		
(2)	通过直通车流量解析工具分析的结果	30 分		
(3)	根据 APP 排名测算进入前 3 页的数据	20 分		
(4)	确定引流词	20 分		
(5)	组合标题	10 分		
合计				

活动分析单 1-2

实训目标	产品主图优化
实训任务	<p>1、首图优化</p> <p>2、2-5 张主图优化</p>

环境需求	<p>(1) 互联网接入。</p> <p>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</p> <p>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</p> <p>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</p>
实训步骤	<p>选择一款产品，完成 APP 端主图优化</p> <p>步骤 1：设计首图，首图设计除了遵循淘宝基本原则外，还必须符合“秒懂”原则，能够快速反应产品优惠信息或者活动信息，并能够体现产品主要卖点；</p> <p>步骤 2：2-4 张主图设计，必须能够让顾客通过这几张主图就可以全面了解产品信息。</p> <p>步骤 3：上传产品主图。</p>

工作考核页 1-2

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 1-2

序号	考核内容	分值	总结与归纳（图片+设计思路）	成绩
(1)	首图	40 分		
(2)	第 2 张主图	15 分		
(3)	第 3 张主图	15 分		
(4)	第 4 张主图	15 分		
(5)	第 5 张主图	15 分		
合计				

活动分析单 1-3

实训目标	详情页优化
实训任务	1、海报设计 2、产品展示/模特展示 3、细节图 4、尺码表
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	选择一款产品，完成 APP 端详情图优化 步骤 1：完成海报设计，详情页海报中必须体现产品主要卖点； 步骤 2：完成产品展示设计，除了符合 APP 端视觉大小，还必须让消费者了解产品效果/穿戴效果。 步骤 3：细节图设计，必须能够展示产品特点； 步骤 4：尺码表设计； 步骤 4：切片，上传详情页。

工作考核页 1-3

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 1-3

序号	考核内容	分值	总结与归纳（图片+设计思路）	成绩
(1)	海报设计	40 分		
(2)	产品展示	20 分		
(3)	细节展示	20 分		
(4)	尺码表	20 分		
合计				

## 项目任务2 打造店铺人群标签

### 。 活动分析单 2

实训目标	打造店铺标签
实训任务	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对店铺分析，确定店铺人群标签；</li> <li>2. 人为干预店铺人群标签的形成；</li> <li>3. 通过直通车工具打造店铺人群标签；</li> <li>4. 通过钻展工具打造人群标签。</li> </ol>
环境需求	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 互联网接入。</li> <li>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</li> <li>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</li> <li>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</li> </ol>
实训步骤	<p>步骤 1：完整浏览三家竞店产品；</p> <p>步骤 2：通过长尾词进入小组店铺；</p> <p>步骤 3：完整浏览几款店铺产品，并完成收藏加购；</p> <p>步骤 4：在 APP 上搜索目标引流词；</p> <p>步骤 5：如果搜索到小组店铺，进入店铺，旺旺聊天，完成购买，如果不能搜索到，回到步骤 2 操作。</p> <p>步骤 6：创建直通车推荐计划，根据人群标签设置人群定向；</p> <p>步骤 7：创建钻展推荐计划，根据人群标签设置人群定向；</p>

### 工作考核页 2

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 2-0

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	定位店铺人群标签，写出本组店铺人群标签	30分		

(2)	人为干预店铺人群标签	30分		
(3)	直通车工具打造店铺人群标签	20分		
(4)	极速推工具打造店铺人群标签	20分		
合计				

### 项目任务3 店铺装修优化

#### 活动分析单 3-1

实训目标	店铺 PC 首页装修
实训任务	1. 根据 PC 端尺寸设计首页美工图； 2. 完成 PC 端代码排版；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝尺寸要求； 步骤 2：将美工图分为几个模板； 步骤 3：对各个模块，使用 HTML 代码中盒子、内部样式表、定位、超链接代码完成排版； 步骤 4：上传图片，替换代码中的图片连接为图片空间连接； 步骤 5：完成超链接制作； 步骤 6：使用全屏框架代码封装代码，并上传到淘宝装修平台； 步骤 7：预览装修效果。

工作考核页 3-1

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 3-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30分		
(2)	代码排版	30分		
(3)	图片代码替换	20分		
(4)	全屏框架封装及 代码上传	20分		
合计				

。 活动分析单 3-2

实训目标	店铺 APP 首页装修
实训任务	1. 根据 APP 端新版装修尺寸设计首页美工图； 2. 完成 APP 端图片上传及热点制作；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

实训步骤	<p>步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝 APP 端新版尺寸要求（750px）；</p> <p>步骤 2：将美工图上传至图片空间；</p> <p>步骤 3：进入装修后台；</p> <p>步骤 4：完成店招图片上传；</p> <p>步骤 5：选择自定义模块；</p> <p>步骤 6：选择图片，通过图片热点设计超链接；</p> <p>步骤 7：在首页中添加首页视频，注意 APP 端首页视频不超过 2 分钟；</p> <p>步骤 8：在首页模块中添加系统模板：买家秀、团购、淘抢购等模块。</p> <p>步骤 9：保存并发布。</p>
------	--

工作考核页 3-2

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 3-2

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30 分		
(2)	图片热点制作	30 分		
(3)	首页视频	20 分		
(4)	系统模块	20 分		
合计				

#### 项目任务 4 设置常用活动工具软件

。 活动分析单 4

实训目标	优惠券工具的使用
实训任务	1. 发布店铺券及产品券； 2. 发布阿里妈妈店铺券及产品群； 3. 发布裂变券。
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：进入千牛后天，进入第三方市场购买优惠券服务； 步骤 2：通过营销中心——营销工具进入优惠券发布界面； 步骤 3：发布店铺券及产品券； 步骤 4：发布阿里妈妈店铺券及产品券； 步骤 5：发布裂变券； 步骤 6：奖裂变券分享给微信好友； 步骤 7：发布客户关系店铺券； 步骤 8：通过旺旺号将客户关系店铺券推送给老顾客或者潜在客户； 步骤 9：通过淘宝客户关系管理平台推送客户关系店铺券。

工作考核页 4

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	店铺券、商品券、裂变券发布	25 分		
(2)	阿里妈妈店铺券及商品券发布	25 分		

(3)	裂变券推送	25分		
(4)	客户关系店铺券 发布并推送	25分		
合计				

### 项目任务5 超级推荐应用

#### 活动分析单5

实训目标	通过超级推荐提升店铺流量
实训任务	1. 创建超级推荐计划； 2. 设置计划中人群定向；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤1：营销中心——超级推荐——创建新品推广计划； 步骤2：对计划进行人群定位； 步骤3：设置推广单元——设置推广产品； 步骤4：对特定人群进行溢价设置； 步骤5：设置产品创意； 步骤6：发布计划 步骤7：营销中心——超级推荐——创建爆款拉新推广计划；目标为收藏加购， 步骤8：对计划进行人群定位； 步骤9：设置推广单元——设置推广产品；

	步骤 10：对特定人群进行溢价设置； 步骤 11：设置产品创意； 步骤 12：发布计划
--	---

工作考核页 5

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 5

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	新品推广计划	30 分		
(2)	爆款拉新计划	30 分		
(3)	人群定位	20 分		
(4)	产品创意	20 分		
合计				

### 项目任务 6 直通车应用

#### 。 活动分析单 1-1

实训目标	通过直通车提升店铺流量
实训任务	1. 创建直通车推广计划； 2. 设置计划中人群定向；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

实训步骤	步骤 1: 营销中心——直通车——创建直通车推广计划; 步骤 2: 对计划进行人群定位; 步骤 3: 设置推广单元——设置推广产品; 步骤 4: 对特定人群进行溢价设置; 步骤 5: 设置产品创意; 步骤 6: 设置推广时间, 地区, 站内外; (根据手机端人群特性设置时间) 步骤 7: 发布计划
------	---

工作考核页 6

组长:                      成员:                      成绩:                      编号: 6

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	人群定向	30 分		
(2)	人群溢价	30 分		
(3)	产品创意	20 分		
(4)	引流词	20 分		
合计				

### 项目任务 7 淘宝客应用

。 活动分析单 7

实训目标	通过淘宝客提升店铺流量
实训任务	1. 日常淘客推广计划设置; 2. 淘客团长计划报名。

环境需求	<p>(1) 互联网接入。</p> <p>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</p> <p>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</p> <p>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</p>
实训步骤	<p>步骤 1：营销中心——淘客推广；</p> <p>步骤 2：设置淘客通用计划；</p> <p>步骤 3：设置淘客自选计划；</p> <p>步骤 4：设置淘客定向计划；</p> <p>步骤 5：在淘客活动中，筛选符合店铺特征团长；</p> <p>步骤 6：使用旺旺与团长进行合作洽谈；</p> <p>步骤 7：选择该团长报名该团长招商计划。</p>

工作考核页 7

组长：                      成员：                      成绩：                      编  
号： 7

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	通用计划	20 分		
(2)	自选计划	20 分		
(3)	定向计划	30 分		
(4)	普通团长招商计划	30 分		
合计				

## 项目任务 8 微信推广

。 活动分析单 8

实训目标	通过微信提供店铺流量
实训任务	1. 注册微信公众号； 2. 设置公众号界面； 3. 发布产品推文。
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：注册微信公众号——订阅号； 步骤 2：设置公众号菜单界面； 步骤 3：为公众号配置自动回复智能机器人； 步骤 4：撰写推文； 步骤 5：使用 365 编辑器编写推文； 步骤 6：发布推文； 步骤 7：微信推文转发。

工作考核页 8

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 8

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	订阅号注册	20 分		
(2)	撰写推文	20 分		
(3)	推文编辑及发布	30 分		
(4)	推广推文	30 分		
合计				

# 《电商经营综合实训（C店）+（B店）》

## 实训课程指导书及实践实训方案

### 一、课程基本信息

【课程名称】 电商经营综合实训（C店）+（B店）

【开课时间】 第 4 学期

【学时/学分数】 24 学时/1 学分

【课程类型】 考查课

【授课对象】 电子商务专业

【授课学院】 数智经济贸易学院

### 二、课程定位

#### （一）课程性质

《电商经营综合实训（C店）+（B店）》是电子商务类专业扩展课程，前导课程有《电子商务实务》、《平面美工技术实务》和《PhotoShop 图像处理》、《商品摄影技术》；后续课程有《商务数据分析与运用》。通过本课程的实训，一方面使学生巩固电商工具的基本理论和基本策略；另一方面掌握电商工具应用的手段和技术技能，为进一步从事电子商务工作运营经理等相关工作岗位奠定基础，实训内容包括店铺优化、打造店铺人群标签、店铺首页装修优化、直通车工具、钻展工具、淘宝客工具、单品爆款打造、免费流量提升等技能。

#### （二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如京东、拍拍、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立

操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习,使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作,并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出,结合案例进行教学,注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识,结合实验操作,使学生进一步学以致用,掌握好互联网上电商实践操作。

### 三、考核说明

按班级分组方式完成,每组成员原则上为3-6人,以完成该课程技能中最主要的十个实训项目为考核要求,每个子项目为100分,原则上每个项目的第一负责人为最高分,依次递减5分,直到0分为止。其中每个子项目占总评的10%,最后总评以10个子项目的总和评定为该课程的实训总评成绩。

如有实训总评不达标,本课程可以进行一次补考考核过程中,参照以下几个方面进行量化评定:

- (1) 实训过程中学生实习表现、作业质量、营销业绩等;
- (2) 答辩;
- (3) 其它(工作态度、纪律、创造性等)。

可参考评分细则如下表:

序号	项 目	要 求	成绩比例 (%)
1	各项目完成情况及效果	正确、合理、富有创新	40
2	纪律、态度	态度端正、严格遵守纪律	10
3	实习报告	基本数据准确、分析正确、预测合理、格式与用语规范、表达清晰	30
4	现场答辩	基本概念清晰、表述清楚、仪表大方	20
合 计			100

资料提交:

考勤表；成绩单（包括实训成绩，考勤成绩）；实训报告（作品，成果，作业等）

#### 四、实训内容安排

序号	实训内容	实验/实训 上机	习题课 讨论课	课程设计 答辩(大作业)	总学时
1	网店筹备--目标市场分析	0	0	2	2
2	网店的开设--注册开店	2	0	0	2
3	网店的开设--基础设置	2	0	0	2
4	网店的开设--物流设置	2	0	0	2
5	网店的开设--宝贝发布	2	0	0	2
6	网店的开设--店面装修	2	0	0	2
7	网店的运营--运营管理	0	0	2	2
8	网店的运营--客户服务与管理	0	0	2	2
9	网店的运营--网店推广	0	0	2	2
10	ITMC 电子商务沙盘概述	2	0	2	4
11	项目答辩及考核	0	0	2	2
12	合计	12	0	12	24

#### 项目任务1 店铺优化

##### 活动分析单 1-1

实训目标	产品标题优化
实训任务	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TOP20W 词表筛选；</li> <li>2. 品牌词、类目词、下拉词筛选；</li> <li>3. 引流词数据分析；</li> <li>4. 确定产品标题。</li> </ol>
环境需求	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 互联网接入。</li> <li>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</li> <li>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</li> <li>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</li> </ol>

实训步骤	<p>步骤 1: 根据 TOP20W 词表、品牌词、类目词、下拉词, 并结合店铺产品实际情况, 初步筛选引流词;</p> <p>步骤 2: 使用直通车流量解析工具对筛选的引流词进行分析, 剔除展现、点击率、转化率低的引流词;</p> <p>步骤 3: 依次通过淘宝 APP 搜索引流词, 统计 APP 前 3 页产品数据, 统计相应数据表格;</p> <p>步骤 4: 根据统计测算改引流词进入前 3 页所需经费;</p> <p>步骤 5: 通过数据对比选择性价比最高引流词;</p> <p>步骤 6: 根据所筛选的引流词, 组合产品标题;</p>
------	--

工作考核页 1-1

组长:                      成员:                      成绩:                      编号: 1-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	初步筛选的引流词	20 分		
(2)	通过直通车流量解析工具分析的结果	30 分		
(3)	根据 APP 排名测算进入前 3 页的数据	20 分		
(4)	确定引流词	20 分		
(5)	组合标题	10 分		
合计				

活动分析单 1-2

实训目标	产品主图优化
实训任务	<p>1、首图优化</p> <p>2、2-5 张主图优化</p>

环境需求	<p>(1) 互联网接入。</p> <p>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</p> <p>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</p> <p>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</p>
实训步骤	<p>选择一款产品，完成 APP 端主图优化</p> <p>步骤 1：设计首图，首图设计除了遵循淘宝基本原则外，还必须符合“秒懂”原则，能够快速反应产品优惠信息或者活动信息，并能够体现产品主要卖点；</p> <p>步骤 2：2-4 张主图设计，必须能够让顾客通过这几张主图就可以全面了解产品信息。</p> <p>步骤 3：上传产品主图。</p>

工作考核页 1-2

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 1-2

序号	考核内容	分值	总结与归纳（图片+设计思路）	成绩
(1)	首图	40 分		
(2)	第 2 张主图	15 分		
(3)	第 3 张主图	15 分		
(4)	第 4 张主图	15 分		
(5)	第 5 张主图	15 分		
合计				

活动分析单 1-3

实训目标	详情页优化
实训任务	1、海报设计 2、产品展示/模特展示 3、细节图 4、尺码表
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	选择一款产品，完成 APP 端详情图优化 步骤 1：完成海报设计，详情页海报中必须体现产品主要卖点； 步骤 2：完成产品展示设计，除了符合 APP 端视觉大小，还必须让消费者了解产品效果/穿戴效果。 步骤 3：细节图设计，必须能够展示产品特点； 步骤 4：尺码表设计； 步骤 4：切片，上传详情页。

工作考核页 1-3

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 1-3

序号	考核内容	分值	总结与归纳（图片+设计思路）	成绩
(1)	海报设计	40 分		
(2)	产品展示	20 分		
(3)	细节展示	20 分		
(4)	尺码表	20 分		
合计				

## 项目任务2 打造店铺人群标签

### 。 活动分析单2

实训目标	打造店铺标签
实训任务	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对店铺分析，确定店铺人群标签；</li> <li>2. 人为干预店铺人群标签的形成；</li> <li>3. 通过直通车工具打造店铺人群标签；</li> <li>4. 通过钻展工具打造人群标签。</li> </ol>
环境需求	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 互联网接入。</li> <li>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</li> <li>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</li> <li>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</li> </ol>
实训步骤	<p>步骤1：完整浏览三家竞店产品；</p> <p>步骤2：通过长尾词进入小组店铺；</p> <p>步骤3：完整浏览几款店铺产品，并完成收藏加购；</p> <p>步骤4：在APP上搜索目标引流词；</p> <p>步骤5：如果搜索到小组店铺，进入店铺，旺旺聊天，完成购买，如果不能搜索到，回到步骤2操作。</p> <p>步骤6：创建直通车推荐计划，根据人群标签设置人群定向；</p> <p>步骤7：创建钻展推荐计划，根据人群标签设置人群定向；</p>

### 工作考核页2

组长：                      成员：                      成绩：                      编号：2-0

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	定位店铺人群标签，写出本组店铺人群标签	30分		

(2)	人为干预店铺人群标签	30分		
(3)	直通车工具打造店铺人群标签	20分		
(4)	极速推工具打造店铺人群标签	20分		
合计				

### 项目任务3 店铺装修优化

#### 活动分析单 3-1

实训目标	店铺 PC 首页装修
实训任务	1. 根据 PC 端尺寸设计首页美工图； 2. 完成 PC 端代码排版；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝尺寸要求； 步骤 2：将美工图分为几个模板； 步骤 3：对各个模块，使用 HTML 代码中盒子、内部样式表、定位、超链接代码完成排版； 步骤 4：上传图片，替换代码中的图片连接为图片空间连接； 步骤 5：完成超链接制作； 步骤 6：使用全屏框架代码封装代码，并上传到淘宝装修平台； 步骤 7：预览装修效果。

工作考核页 3-1

组长：

成员：

成绩：

编

号：3-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30分		
(2)	代码排版	30分		
(3)	图片代码替换	20分		
(4)	全屏框架封装及 代码上传	20分		
合计				

活动分析单 3-2

实训目标	店铺 APP 首页装修
实训任务	1. 根据 APP 端新版装修尺寸设计首页美工图； 2. 完成 APP 端图片上传及热点制作；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

实训步骤	<p>步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝 APP 端新版尺寸要求（750px）；</p> <p>步骤 2：将美工图上传至图片空间；</p> <p>步骤 3：进入装修后台；</p> <p>步骤 4：完成店招图片上传；</p> <p>步骤 5：选择自定义模块；</p> <p>步骤 6：选择图片，通过图片热点设计超链接；</p> <p>步骤 7：在首页中添加首页视频，注意 APP 端首页视频不超过 2 分钟；</p> <p>步骤 8：在首页模块中添加系统模板：买家秀、团购、淘抢购等模块。</p> <p>步骤 9：保存并发布。</p>
------	--

工作考核页 3-2

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 3-2

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30 分		
(2)	图片热点制作	30 分		
(3)	首页视频	20 分		
(4)	系统模块	20 分		
合计				

#### 项目任务 4 设置常用活动工具软件

。 活动分析单 4

实训目标	优惠券工具的使用
实训任务	1. 发布店铺券及产品券； 2. 发布阿里妈妈店铺券及产品群； 3. 发布裂变券。
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：进入千牛后天，进入第三方市场购买优惠券服务； 步骤 2：通过营销中心——营销工具进入优惠券发布界面； 步骤 3：发布店铺券及产品券； 步骤 4：发布阿里妈妈店铺券及产品券； 步骤 5：发布裂变券； 步骤 6：奖裂变券分享给微信好友； 步骤 7：发布客户关系店铺券； 步骤 8：通过旺旺号将客户关系店铺券推送给老顾客或者潜在客户； 步骤 9：通过淘宝客户关系管理平台推送客户关系店铺券。

工作考核页 4

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	店铺券、商品券、裂变券发布	25 分		
(2)	阿里妈妈店铺券及商品券发布	25 分		

(3)	裂变券推送	25分		
(4)	客户关系店铺券 发布并推送	25分		
合计				

### 项目任务5 超级推荐应用

#### 活动分析单5

实训目标	通过超级推荐提升店铺流量
实训任务	1. 创建超级推荐计划； 2. 设置计划中人群定向；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤1：营销中心——超级推荐——创建新品推广计划； 步骤2：对计划进行人群定位； 步骤3：设置推广单元——设置推广产品； 步骤4：对特定人群进行溢价设置； 步骤5：设置产品创意； 步骤6：发布计划 步骤7：营销中心——超级推荐——创建爆款拉新推广计划；目标为收藏加购， 步骤8：对计划进行人群定位； 步骤9：设置推广单元——设置推广产品；

	步骤 10：对特定人群进行溢价设置； 步骤 11：设置产品创意； 步骤 12：发布计划
--	---

工作考核页 5

组长：                      成员：                      成绩：                      编号： 5

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	新品推广计划	30 分		
(2)	爆款拉新计划	30 分		
(3)	人群定位	20 分		
(4)	产品创意	20 分		
合计				

### 项目任务 6 直通车应用

#### 。 活动分析单 1-1

实训目标	通过直通车提升店铺流量
实训任务	1. 创建直通车推广计划； 2. 设置计划中人群定向；
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。

实训步骤	步骤 1: 营销中心——直通车——创建直通车推广计划; 步骤 2: 对计划进行人群定位; 步骤 3: 设置推广单元——设置推广产品; 步骤 4: 对特定人群进行溢价设置; 步骤 5: 设置产品创意; 步骤 6: 设置推广时间, 地区, 站内外; (根据手机端人群特性设置时间) 步骤 7: 发布计划
------	---

工作考核页 6

组长:                      成员:                      成绩:                      编号: 6

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	人群定向	30分		
(2)	人群溢价	30分		
(3)	产品创意	20分		
(4)	引流词	20分		
合计				

### 项目任务 7 淘宝客应用

。 活动分析单 7

实训目标	通过淘宝客提升店铺流量
实训任务	1. 日常淘客推广计划设置; 2. 淘客团长计划报名。

环境需求	<p>(1) 互联网接入。</p> <p>(2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。</p> <p>(3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。</p> <p>(4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。</p>
实训步骤	<p>步骤 1：营销中心——淘客推广；</p> <p>步骤 2：设置淘客通用计划；</p> <p>步骤 3：设置淘客自选计划；</p> <p>步骤 4：设置淘客定向计划；</p> <p>步骤 5：在淘客活动中，筛选符合店铺特征团长；</p> <p>步骤 6：使用旺旺与团长进行合作洽谈；</p> <p>步骤 7：选择该团长报名该团长招商计划。</p>

工作考核页 7

组长：                      成员：                      成绩：                      编  
号： 7

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	通用计划	20 分		
(2)	自选计划	20 分		
(3)	定向计划	30 分		
(4)	普通团长招商计划	30 分		
合计				

## 项目任务 8 微信推广

。 活动分析单 8

实训目标	通过微信提供店铺流量
实训任务	1. 注册微信公众号； 2. 设置公众号界面； 3. 发布产品推文。
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：注册微信公众号——订阅号； 步骤 2：设置公众号菜单界面； 步骤 3：为公众号配置自动回复智能机器人； 步骤 4：撰写推文； 步骤 5：使用 365 编辑器编写推文； 步骤 6：发布推文； 步骤 7：微信推文转发。

工作考核页 8

组长：                      成员：                      成绩：                      编  
号： 8

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	订阅号注册	20 分		
(2)	撰写推文	20 分		
(3)	推文编辑及发布	30 分		
(4)	推广推文	30 分		
合计				