

高纲 4343

江苏省高等教育自学考试大纲

# 13480 电子商务运营管理

南京财经大学编（2024 年）

## I 课程的性质及其设置的目的和要求

### 一、课程的性质、地位与任务

《电子商务运营管理》是电子商务专业（专科）中一门重要的专业基础课。电子商务运营管理课程对电子商务企业的运营和管理作出深入讲解。涉及电子商务运营基础知识的理解、电子商务网站的运营与推广、常规和典型电子商务运营管理的要点、跨境电子商务运作的关键、淘宝店铺的运营实践等内容。通过本课程的学习，使考生能够比较广泛、系统地理解并掌握电子商务运营管理的基本理论和业务知识，了解电子商务企业的运营管理，电子商务网站的运营管理与电子商务平台的入驻，电子商务常规的选品、营销、物流和客服，电子商务数据分析与数据运营管理，电子商务网站的安全和电子商务的依法运作，制造业、旅游和农产品电子商务的运营管理，跨境电子商务店铺运营，淘宝店铺的装修、营销和客服。同时提高考生的综合分析和解决运营业务问题的能力，为今后从事电子商务实务工作及相关工作奠定基础，并为后续相关专业课程打好基础。

### 二、本课程的基本要求

电子商务运营管理是电子商务专业专科的主要专业基础课。通过本课程的学习，要求考生：

1. 掌握电子商务运营管理策略、方法和管理。
2. 掌握比较全面的电子商务运营管理内容。
3. 掌握各种企业、门户和电商类网站运营的相关技术和重点。
4. 了解电子商务企业运营策划、运营模式、运营方案。
5. 具备电子商务运营管理的实践能力。

## II 课程内容与考核目标

### 第一章 绪论

#### 一、考核知识点

- （一）电子商务运营管理概述
- （二）电子商务企业的运营管理
- （三）电子商务运营工作需求

## 二、考核要求

### （一）电子商务运营管理概述

识记：①运营活动与运营管理；②运营管理的目标；③运营管理的职能；④运营计划书；⑤运营管理的研究对象；⑥电子商务运营管理的定义；⑦电子商务运营管理的内容；⑧电子商务运营管理的作用。

领会：①电子商务运营管理中的关键成功要素。

### （二）电子商务企业的运营管理

识记：①电子商务企业的组织架构和业务部门；②电子商务企业的运营目标和内容；③电子商务企业的管理目标和内容。

领会：①运营对电子商务企业的重要性；②管理对电子商务企业的重要性。

### （三）电子商务运营工作需求

识记：①电子商务运营人员能力要求；②电子商务运营团队的组建；③电子商务运营团队的绩效。

领会：①电子商务运营人员日常工作。

## 第二章 电子商务网站的运营管理与电子商务平台的入驻

### 一、考核知识点

#### （一）电子商务网站的运营管理

#### （二）电子商务平台的入驻

## 二、考核要求

### （一）电子商务网站的运营管理

领会：①电子商务网站的建设流程；②电子商务网站运营管理内容；③电子商务网站运营管理策略；④电子商务运营中的角色及岗位职责；⑤可信网站的验证及企业网站的可信度建设。

应用：①域名申请备案；②网站的统计管理；③常用 ERP 软件；④企业网站的可信度建设。

### （二）电子商务平台的入驻

识记：①入驻前准备；②申请店铺和商品发布；③交易管理和店铺优化。

领会：①商品标题优化；②主图优化；③详情页优化。

### 第三章 电子商务常规运营管理

#### 一、考核知识点

（一）选品

（二）营销

（三）物流

（四）客服

#### 二、考核要求

（一）选品

领会：①选品逻辑；②产品定价策略与方法；③产品上下架；④货源。

应用：①选品的方法；②爆款产品；③产品定价策略；④常用的产品定价方法；⑤寻找货源的方法。

（二）营销

识记：①电子商务营销基础；②目标用户特征分析；③视觉营销；④网络营销；⑤新媒体营销。

领会：①电子商务营销的特点及趋势；②文案策划；③营销的理论模型。

（三）物流

识记：①电子商务物流管理；②物流系统 ERP 平台；③主流的第三方物流公司。

领会：①典型的物流管理模式；②选择物流公司。

（四）客服

识记：①客服的职责；②客户维护；③纠纷处理。

领会：①售后阶段客服人员的工作职责。

应用：①纠纷处理的步骤。

### 第四章 电子商务数据分析与数据运营管理

#### 一、考核知识点

(一) 电子商务数据分析

(二) 数据运营管理

## 二、考核要求

(一) 电子商务数据分析

识记：①数据分析的基础方法；②用户行为模型；③推荐系统的定义种类及作用；④社会网络分析。

领会：①强关系和弱关系；②社群的划分；③意见领袖。

(二) 数据运营管理

识记：①需求分析的步骤；②数据字典的定义及组成。

领会：①需求分析的任务、重点及难点；②数据流图的表示。

## 第五章 电子商务安全风险运营管理

### 一、考核知识点

(一) 电子商务网站的安全

(二) 电子商务的依法运作

## 二、考核要求

(一) 电子商务网站的安全

识记：①网站面临的安全隐患；②网站的安全需求；③防火墙；④入侵检测系统。

(二) 电子商务的依法运作

识记：①电子合同的依法签订和履行；②电子签名和认证的法律安全问题及防范；③电子支付安全问题及方法；④电子商务中的知识产权保护；⑤电子商务市场秩序的维护；⑥电子商务税收。

领会：①电子支付面临的安全问题；②电子商务中著作权的法律保护。

## 第六章 典型领域电子商务的运营管理

### 一、考核知识点

(一) 制造业电子商务的运营管理

(二) 旅游电子商务的运营管理

(三) 农产品电子商务的运营管理

## 二、考核要求

(一) 制造业电子商务的运营管理

识记：①制造企业的电子供应链管理；②电子采购管理；③电子渠道管理；④客户关系管理；⑤制造企业电子商务特点；⑥工业电子商务平台的种类和功能模式。

领会：①制造企业电子采购的特征；②电子采购企业成功的因素。

(二) 旅游电子商务的运营管理

识记：①旅游电子商务的商业模式；②旅游网站的建设与运营。

领会：①美食和美妆旅游的推广方式。

(三) 农产品电子商务的运营管理

领会：①农产品电子商务的作用及平台；②运营模式；③农产品新零售；④农产品原产地仓；⑤农产品前置仓。

应用：①农产品电子商务的营销模式；②农产品电子商务的文案写作。

## 第七章 跨境电子商务运营管理

### 一、考核知识点

(一) 跨境电子商务概述

(二) 跨境电子商务店铺运营

(三) 速卖通运营管理

### 二、考核要求

(一) 跨境电子商务概述

识记：①跨境电子商务的定义；②跨境电子商务的特点；③跨境电子商务主流平台。

领会：①跨境电子商务的特点；②亚马逊平台的优缺点。

(二) 跨境电子商务店铺运营

识记：①跨境电子商务店铺的开设；②跨境电子商务的营销推广；③跨境电

子商务物流；④跨境电子商务客服。

领会：①跨境电子商务物流。

### （三）速卖通运营管理

识记：①速卖通的营销；②速卖通的数据分析；③速卖通客服。

领会：①速卖通的视觉设计。

## 第八章 淘宝店铺运营管理

### 一、考核知识点

（一）开店前工作

（二）淘宝店铺的申请与入驻

（三）店铺装修和页面制作

（四）营销推广

（五）客户服务

### 二、考核要求

（一）开店前工作

识记：①商品选款；②市场定位；③商品定价。

（二）淘宝店铺的申请与入驻

识记：①淘宝店铺的申请；②淘宝店铺的入驻；③生意成交。

（三）店铺装修和页面制作

识记：①店铺装修；②页面制作。

（四）营销推广

识记：①挖掘商品卖点；②推广引流；③数据分析。

（五）客户服务

识记：①售前和售后服务；②客户关系管理。

## III 有关说明与实施要求

为使本大纲的规定在个人自学、社会助学和考试命题中得到贯彻和落实，兹对有关问题作如下说明，并进而提出具体要求。

### 一、关于考核目标的说明

为使考试内容具体化和考试要求标准化，本大纲在列出考试内容的基础上，对各章规定了考核目标，包括考核知识点和考核要求。明确考核目标，使考生能够进一步明确考试内容和要求，更有目的地系统学习教材；使社会助学者能够更全面地有针对性地进行辅导；使考试命题能够更加明确命题范围，更准确地安排试题的知识能力层次和难易度。

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词要点、概念、知识的意义，并能正确认识和表达，是较低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法、能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

## **二、关于自学教材**

本课程使用教材为：《电子商务运营与管理》，刘英卓主编，电子工业出版社，2023年。

## **三、自学方法指导**

1. 在全面系统学习的基础上掌握基本理论、基本知识、基本方法。本课程内容涉及电子商务运营管理的各个方面，知识范围广泛，各章之间既有联系又有很大区别，甚至有的还有相对独立性。考生应首先全面系统地学习各章，记忆应当识记的基本概念、名词，深入理解基本理论，弄懂基本方法的内涵；其次，要认识各章之间的联系，注意区分相近的概念和相类似的问题，并掌握它们之间的联系；再次，在全面系统学习的基础上掌握重点，有目的地深入学习重点章节。

2. 重视理论联系实际，结合电子商务运营的实践进行学习。

## **四、对社会助学的要求**

1. 社会助学者应根据本大纲规定的考核内容和考试目标，认真钻研指定教材，明确本课题与其他课程的不同特点和学习要求，对考生进行切实有效的辅导，引导他们防止自学中的各种偏向，把握社会助学的正确导向。



2. 要正确处理基础知识和应用能力的关系，努力引导考生将识记、领会同应用联系起来，把基础知识和理论转化为应用能力，在全面辅导的基础上，着重培养和提高考生的分析问题和解决问题的能力。

3. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点和一般的区别，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互联系的，不是截然分开的。社会助学者应指导考生全面系统地学习教材、掌握全部考试内容和考试知识点，在此基础上再突出重点。总之，要把重点学习同兼顾一般结合起来，切勿孤立地抓重点，把考生引向猜题押题。

### **五、关于命题考试的若干要求**

1. 本课程的命题考试，应根据本大纲所规定的考试内容和考试目标来确定考试内容和考核要求，不要任意扩大或缩小考试范围，提高或降低考核要求，考试命题是覆盖到各章，并适当突出重点章节，体现本课程的内容重点。

2. 本课程在考试试题中对不同能力层次要求的分数比例，一般为：识记占 30%，领会占 30%，应用占 40%。

3. 试题要合理安排难度结构。试题难易度可分为易、较易、较难、难四个等级。每份试卷中，不同难易度试题的分数比例，一般为易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。必须注意，试题的难易度与能力层次不是一个概念，在各能力层次中都会存在不同难度的问题，切勿混淆。

4. 本课程考试试卷中可能采用的题型有：单项选择题、填空题、判断改错题、名词解释题、简答题、综合题。各种题型的具体样式可参见本大纲附录。

5. 考试方式为闭卷、笔试，考试时间为 150 分钟。评分采用百分制，60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品。不可携带计算器。

## 附录 题型举例

### 一、单项选择题

1. 发现偏差并分析产生偏差的原因，进行调整和纠正，以确保企业目标的实现。该种职能属于

- A. 计划职能
- B. 组织职能
- C. 控制职能
- D. 指挥职能

参考答案：A

### 二、填空题

1. 为了维护数据库中数据与现实的一致性，关系数据库必须遵循三类完整性规则：实体完整性规则、参照完整性规则和\_\_\_\_\_。

参考答案：用户定义完整性规则

### 三、判断改错题

1. 转化率越高，表示大部分进入店铺的客户对该页面的内容越不感兴趣，说明推广对象的选择有误，或者广告内容针对性不强，导致访客质量不高。

参考答案：×，“转化率”改为“跳出率”。

### 四、名词解释题

1. 预售法

参考答案：预售法是指通过网店预售的形式选择具有爆款潜力的产品。

### 五、简答题

1. 电子商务营销有什么特点？

参考答案：

①电子商务营销离不开互联网；②电子商务营销具有交互性，双向互动的沟通方式；③电子商务营销具有个性化；④电子商务营销效率更高；⑤电子商务营销的传播速度快。

### 六、综合题

1. 电商企业应该如何利用微博进行推广营销？

参考答案：

微博是一个即时信息传播平台，在信息传播和分享的过程中，可以为用户提供更短的路径，让用户快速、准确地获取有价值的内容。

### （1）微博推广的常见方式

微博推广是一种基于粉丝基础进行的营销方式，商家要注重价值的传递、内容的互动、系统的布局和定位的准确。商家可以通过微博向粉丝传播品牌信息、商品信息，树立良好的店铺形象，提升品牌影响力。对于利用微博进行推广的商家而言，微博推广技巧有以下 3 种。

- ① 利用微博热搜
- ② 利用关键词搜索
- ③ 发布内容

### （2）发布微博内容进行推广

微博推文更加碎片化。如何写出既能为店铺做推广又能留住粉丝的微博，对于商家来说是一个难题。

#### ① 发布店内优惠或上新信息

此类微博旨在将店铺促销、新品上架等信息直接传达给消费者，通过商品自身的品质以及促销活动的刺激来吸引消费者查看商品，达到为店铺引流的效果。

#### ② 开展有奖互动活动