

电子商务专业专业教师岗位试讲内容

考生根据自身专业任选一个内容试讲。

一

教学内容：

模块一 网店开设与定位 学习情境四 制定产品价格

教学重点：

网店产品不同情况下的定价。（可自备教具及自备案例）

教材信息：

教材名称《网店经营与管理》（第二版），北京出版社。

二

教学内容：第5章 路径与形状的应用 5.2 路径应用技巧

教学重点：路径绘制工具的技巧应用

教材信息：教材名称《图形与图像处理技术》（第2版），北京理工大学出版社，2023年8月出版，张枝军编著

目 录

模块一 网店开设与定位 / 1

- 学习情境一 网店平台的分析与确定 / 2
- 学习情境二 网店销售产品的选择 / 6
- 学习情境三 进货渠道分析 / 7
- 学习情境四 制定产品价格 / 9
- 学习情境五 网上店铺注册 / 13

模块二 网店商品图片处理 / 31

- 学习情境一 商品构图 / 32
- 学习情境二 商品图片美化 / 40

模块三 网店装修管理 / 59

- 学习情境一 网店店招及海报设计 / 60
- 学习情境二 商品分类及促销区设计 / 72
- 学习情境三 自定义栏目设计 / 79
- 学习情境四 商品详情页设计 / 81
- 学习情境五 手机端网店装修 / 86

模块四 网店商品信息维护 / 98

- 学习情境一 确定商品属性 / 99
- 学习情境二 商品描述合理布局关键词 / 101
- 学习情境三 填写完成商品基本信息 / 109
- 学习情境四 完成商品发布 / 119

模块五 网店推广与营销 / 131

学习情境一 站内推广 / 132

学习情境二 站外推广 / 151

模块六 物流配送与管理 / 176

学习情境一 仓储管理 / 177

学习情境二 货物打包 / 184

学习情境三 物流配送与成本核算 / 189

模块七 网店数据分析 / 200

学习情境一 网店数据获取 / 201

学习情境二 网店数据分析 / 214

铺进行一些宣传及付费推广的活动，从而使店铺进入良性循环中。

（三）品牌产品需有正规的授权

如果找到的是品牌产品，就一定要货源提供商提供品牌授权。因为一旦出现消费者投诉店铺卖的产品是假货时，如果货源跟店主都无法提供品牌授权书，很可能被认定为卖的是假货，需要赔偿客户，甚至会遭到封店处理。

（四）货源具有良好的售后服务保障

在网店销售产品的过程中，售后服务保障也是非常重要的一个标准。买家在进行货品选择的时候，往往会倾向于具有一定售后保障的产品。另外，网店平台也会有相应售后保障的选择，只有选择更高级别的售后保障，才能得到更多买家的信任。

学习情境四

制定产品价格

分组讨论

网店产品的价格一般会怎样制定？有什么参考方法？

江西特产商贸公司在确定商品渠道后，下一步就面临如何制定商品的价格问题，总体来讲有以下三种方法。

一、产品组合定价

把店铺里一组相互关联的产品组合起来一起定价，而组合中的产品属于同一个商品大类别。比如，特色农产品为一个大类，在大类中有广昌白莲、信丰红薯、万年贡米、瑞昌山药等几类产品，可以把这些商品品类群组合在一起定价。组合定价的影响因素有商品的成本差异、顾客对这些产品的不同评价、竞争者的产品价格，这些将决定产品组合的最终定价。

产品组合定价可以细分为以下几个方面。

（一）不同等级的同种产品构成的产品组合定价策略

如图1-4-1所示，农产品专区可以将黑豆、黄豆、红豆、小米进行组合定价。



图1-4-1 产品组合定价

(二) 连带产品定价策略

这类产品定价,要有意识地降低连带产品中购买次数少、顾客对降价比较敏感的产品价格。提高连带产品中消耗较大、需要多次重复购买、顾客对它的价格提高反应不太敏感的产品价格,此类定价策略多见于服装类产品定价。

(三) 系列产品定价策略

这是对于既可以单个购买,又能配套购买的系列产品,可实行成套购买价格优惠的做法。由于成套销售可以节省流通费用,而减价优惠又可以扩大销售,这样流通速度和资金周转速度大大加快,有利于提高店铺的经济效益。很多成功卖家都是采取这种定价方法。把同种产品,根据质量和外观上的差别,分成不同的等级,分别定价。这种定价方法一般都是选其中一种产品作为标准品,其他分为低、中、高三档,再分别定价。对于低档产品,可以把它的价格逼近产品成本;对于高档产品,可使其价格较大幅度地超过产品成本。此类定价策略多见于护肤品类产品定价。

二、阶段性定价

阶段性定价就是要根据商品所处市场周期的不同阶段来定价,可以分为以下四种情况。

(一) 新上市产品定价

由于产品刚刚投入市场,许多消费者还不熟悉这个产品,因此销量低,也没有竞争者。为了打开新产品的销路,在定价方面,可以根据不同的情况采用高价定价方法、渗透定价方法和中价定价方法。对于一些市场寿命周期短的产品,一般可以采用高价定价方法。

(二) 产品成长期定价

产品进入成长期后,店铺生产能力和销售能力不断扩大,表现在销售量迅速增长,利润也随之大大增加。这时候的定价策略应该是选择合适的竞争条件,能保证店铺实现目标利润或目标回报率的目标定价策略。所以店铺的产品价格应该根据销量来定位,也就是说根据具体情况准确定位。

(三) 产品成熟期定价

产品进入成熟期后,市场需求已经日趋饱和,销售量也达到顶点,并有开始下降的趋势,表现在市场上就是竞争日趋尖锐激烈,仿制品和替代品日益增多,利润达到顶点。在这个阶段,一般采用将产品价格定得低于同类产品的策略,以排斥竞争者,维持销售额的稳定或进一步提升。

这时,正确掌握降价的依据和降价幅度是非常重要的。一般应该根据具体情况来慎重考虑。如果你的产品有明显的特色,有一批忠诚的顾客,这时就可以维持原价;

如果产品没有什么特色，就要用降价的方法保持竞争力。

(四) 产品衰退期定价

在产品衰退期，产品的市场需求和销售量开始大幅度下降，市场已发现了新的替代品，利润也日益缩减。这个时期常采用的定价方法有维持价格和驱逐价格两种。如果卖家希望处于衰退期的产品继续在顾客心中留下好的印象，或是希望能继续获得利润，就要选择维持价格。维持性定价策略能否成功，关键要看新的替代品的供给状况。如果替代品供应充足，顾客肯定会转向替代品，这样就会加快老产品退出市场的速度，这时即使卖家想维持，市场也不会买这个账。对于一些非必需的奢侈品，它们虽然已经处于衰退期，但其需求弹性大，这时可以把价格降低到无利可图的水平，将其他竞争者驱逐出市场，尽量扩大商品的市场占有率，以保证销量、回收投资。

三、薄利多销和折扣定价

网上顾客一般都在各个购物网站查验过同样产品的价格，所以价格是否便宜是顾客下单的重要因素。

(一) 薄利多销定价

对于一些社会需求量大、资源有保证的商品，适合采用薄利多销的定价方法。这时卖家要有意识地压低单位利润水平，以相对低廉的价格，增大和提高市场占有率，争取长时间内实现利润目标。如图1-4-2所示，该网店的万年贡米相对于其他店价格要低很多。



图1-4-2 薄利多销定价

(二) 数量折扣定价

数量折扣是对购买商品数量达到一定数额的顾客给予折扣，购买的数量越大，折扣也就越多。采用数量折扣定价可以降低产品的单位成本，加速资金周转。数量折扣有累积数量折扣和一次性数量折扣两种形式。累积数量折扣是指在一定时期内购买的累计总额达到一定数量时，按总量给予的一定折扣，比如我们常说的会员价格；一次性折扣是指按一次购买数量的多少而给予的折扣，如图1-4-3所示，根据购买数量进行

折扣销售。



图1-4-3 数量折扣定价

通过对以上定价策略的分析,江西特产商贸公司结合自身产品特点,最终采用了产品组合定价、阶段性定价、薄利多销和折扣定价等策略,在营销过程中不断调整策略,使得江西特产商贸C店获取最大的商业利益。



知识链接

经营者在农产品营销渠道中所处环节对农产品价格形成的影响

(一) 产地批发商

产地批发商对该产地的农产品进行统一收购,形成规模经济优势,甚至垄断市场。由于小农户分散经营的现状,产地批发商在收购每家农户的农产品过程中拥有定价权,甚至形成垄断定价,压低农产品收购价格。产地批发商在农产品市场上扮演着双向交易角色,一方面收购农户农产品,另一方面在农产品收购价格基础上经过必要的商品化处理过程,加上物流费用、经营利润等转售给销地批发商。



网店参加活动时的产品定价

(二) 销地批发商

销地批发商的农产品价格是由产地批发商的价格基础上加上流通环节的各项费用及经营利润构成。销地批发商对农产品的再处理将导致农产品价格继续上升。流通环节费用可以分为生产性流通费用与非生产性流通费用两类。前者指运输、仓储、配送等费用。后者主要包括管理、销售等费用。销地批发商的经营利润是其经销农产品的总获利,农产品价格越高,经营利润越高。

(三) 零售商

零售环节作为营销渠道的终端,农产品的耗损、市场的租赁及管理费用、经营利润等都将被累加在销地批发商的价格基础上,农产品最终销售价格因为环节的层层叠加

将上升到更高水平。零售商主要由零售商与农产品超市构成。零售商与消费者之间形成的关系比较松散，两者通常可以在销售现场进行议价。农产品超市与消费者之间通常没有议价空间，价格由超市在销售成本与竞争对手的综合要素下单方面制定。

学习情境五

网上店铺注册

分组讨论

你认为注册网上店铺时需要提供哪些材料？

江西特产商贸公司对平台选择、网店销售产品选择、进货渠道选择、产品定价策略选择后，在开店的准备工作中，还对网上店铺进行了注册。网上店铺注册可分为个人和企业两类，下面分别对其注册流程进行详细分解。

一、个人网上店铺注册

网上开店操作其实很简单，各个电子商务平台略有不同，以淘宝网的注册来说，主要需要以下几个步骤。

第一步：注册店铺账号

登录淘宝网首页点击注册，填写账号，设置密码，设置邮箱等，如图1-5-1所示。

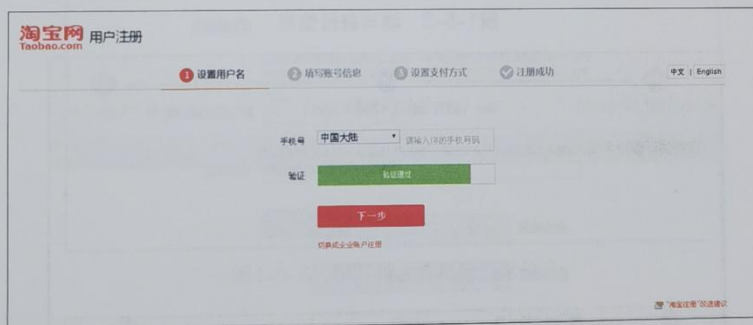


图1-5-1 填写注册信息

第二步：支付宝账户绑定

登录邮箱，激活注册账号和在线支付工具账号，进行支付宝实名认证。然后按照提示信息，输入相关信息，上传身份证扫描件等相关信息，如图1-5-2至图1-5-8所示。



“十四五”职业教育国家规划教材



编著 张枝军

图形与图像 处理技术

(第2版)



北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

5.2

路径应用技巧

下面应用路径设计“直降专区”文字变形效果，具体如下：

(1) 新建文件，设置文件宽度为 750 像素、高度为 397 像素，如图 5-24 所示。

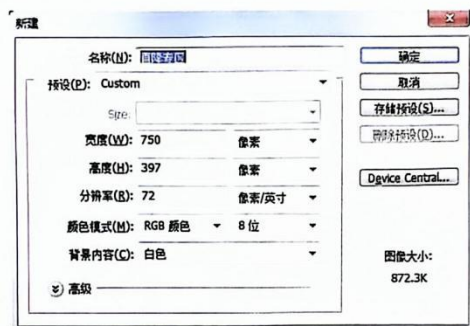


图 5-24 创建文件

(2) 输入促销广告文字，运用工具设置文本的大小与位置，字体设置为“微软雅黑”，加粗，颜色为红色，如图 5-25 所示。

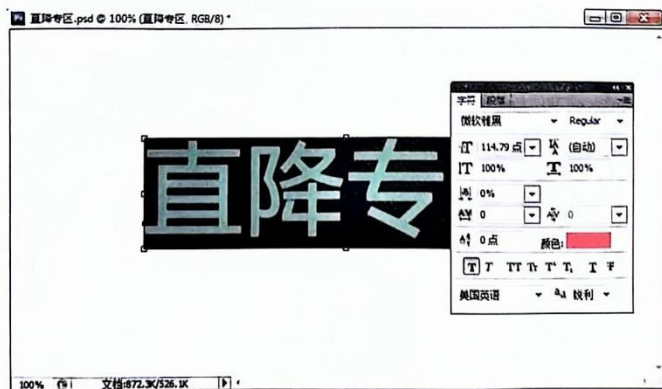


图 5-25 促销广告文字字体设置

(3) 设置左上方说明性文本，字体设置与文字大小、位置、颜色等如图 5-26 所示。

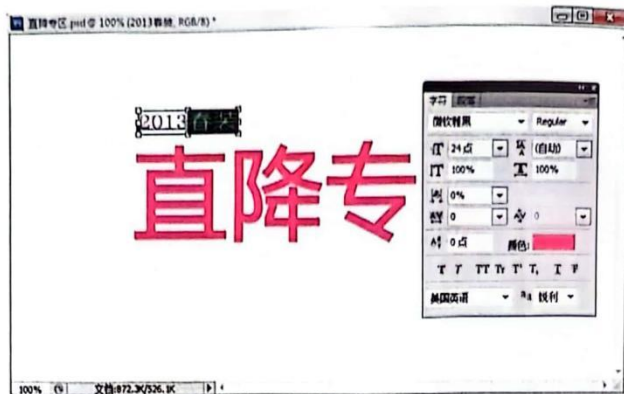


图 5-26 左上方说明性文字字体设置

(4) 继续设置右下方说明性文本, 字体设置与文字大小、位置、颜色等如图 5-27 所示。

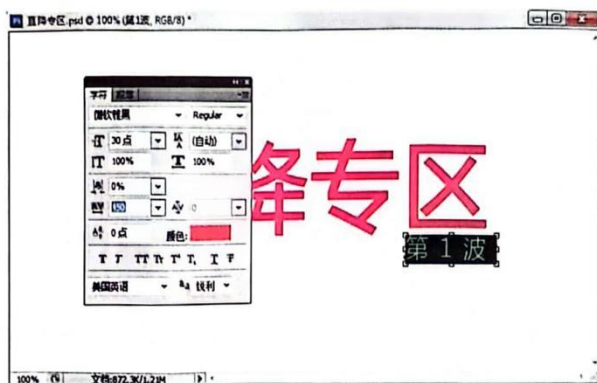


图 5-27 右下方说明性文字字体设置

(5) 运用选择工具绘制一个圆形选区, 把即将要填充的图层移动到文字的下方, 然后选择红色进行填充, 如图 5-28 所示。



图 5-28 创建并填充选区



(6) 运用路径工具绘制路径, 如图 5-29 所示, 要根据字体的笔画来绘制, 路径控制节点为 4 个。



图 5-29 路径绘制

(7) 运用视图放大工具放大图形, 如图 5-30 所示, 并且用增加节点工具增加 2 个节点。

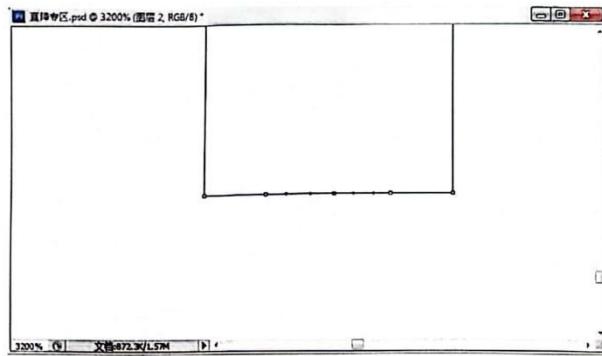


图 5-30 增加路径节点

(8) 运用路径节点编辑工具移动节点, 形成一个箭头形状, 如图 5-31 所示。

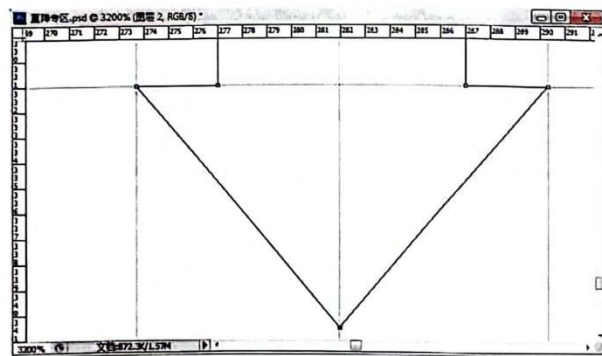


图 5-31 移动路径节点

(9) 建立一个新的图层, 对新创建的路径造型进行颜色填充, 如图 5-32 所示。



图 5-32 填充路径

(10) 继续运用路径造型工具, 绘制如图 5-33 所示的造型, 注意节点不能太多。

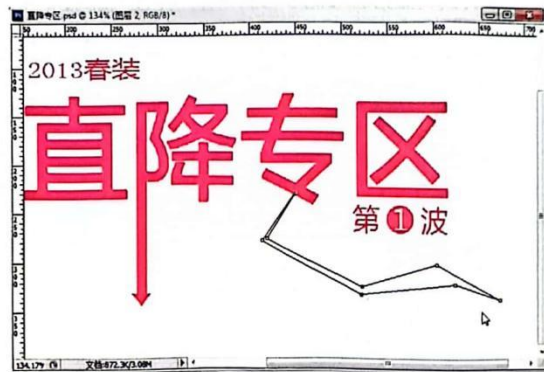


图 5-33 创建路径

(11) 使用路径编辑工具中的直线与曲线转化工具, 将上面绘制的直线路径曲线化, 如图 5-34 所示。

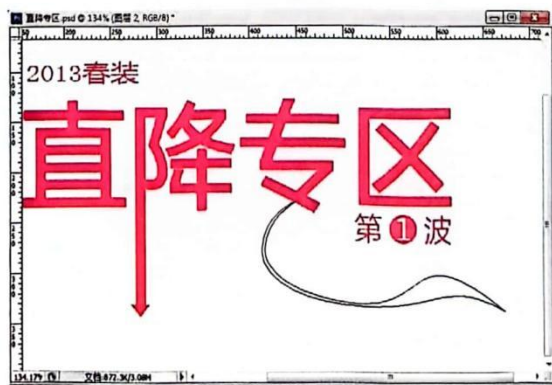


图 5-34 曲线化路径



(12) 再次新建一个图层，为上一步绘制的路径造型填色，如图 5-35 所示。



图 5-35 填充路径

(13) 运用钢笔路径工具绘制执行路径，并对路径进行描边，最终效果如图 5-36 所示。

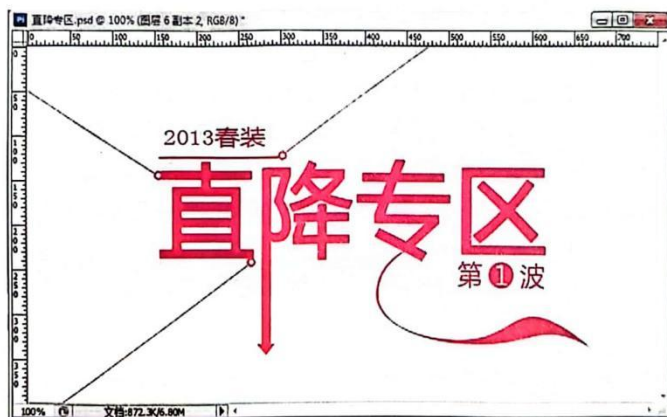


图 5-36 最终效果