

虚拟品牌创始人与电商网站构建课程大纲

课程概述

本课程旨在培养学生成为虚拟品牌的创始人和电商网站的构建者，通过十节课的学习，学生将创建自己的虚拟商品和实体周边商品，并构建一个功能齐全的电商网站来展示和销售这些商品。课程融合了创意思维、AI工具应用、编程技术和营销策略，培养学生的综合能力。

课程目标

- 创建一个具有统一故事设定的虚拟品牌
- 使用AI工具设计虚拟商品和实体周边商品
- 构建功能完整的电商网站展示和销售商品
- 掌握有效的推销技巧，应对不同类型的消费者
- 通过最终展示，向评委和观众展示创意、编程和推销能力

课程大纲

第1课：每个品牌都有一个故事！

课程目标：学生能够创建一个完整的品牌故事框架，包括品牌名称、核心价值观和独特卖点。

课程内容： 1. 品牌定位（30分钟） - 引导学生思考自己感兴趣的领域 - 确定目标受众和市场定位 - 分析成功品牌案例的共同特点

1. 品牌故事构建（40分钟）
2. 使用ChatGPT辅助创建品牌背景故事
3. 设计品牌核心价值观和使命宣言
4. 创建品牌独特卖点（USP）
5. 品牌介绍创作（30分钟）
6. 撰写30-60秒的品牌自我介绍脚本
7. 使用AI优化语言表达和吸引力
8. 练习品牌介绍的口头表达

课程成果： - 一份完整的品牌简介文档（包含品牌名称、标语、核心价值） - 一段30-60秒的品牌介绍脚本（可用于最终展示） - 品牌故事板（包含品牌起源、使命和愿景）

评估标准： - 品牌概念的原创性和吸引力 - 品牌故事的连贯性和说服力 - 品牌介绍的清晰度和感染力

第2课：HTML的神奇世界

课程目标： 学生能够使用HTML独立创建一个基础但功能完整的个人品牌介绍页面。

课程内容： 1. HTML基础知识（30分钟） - 网页结构和基本标签（HTML, HEAD, BODY） - 文本格式化（标题、段落、列表） - 图片插入和超链接创建

1. 个人品牌页面设计（40分钟）
2. 页面布局规划
3. 内容组织与层次结构
4. 品牌元素整合（标志、色彩、字体）
5. 实战编码（50分钟）
6. 学生独立编写HTML代码
7. 创建包含品牌介绍、创始人信息和联系方式的页面
8. 代码检查和问题修复

课程成果： - 一个基础但功能完整的HTML个人品牌介绍页面 - 包含品牌标志、品牌故事、创始人介绍和联系方式 - 作为后续电商网站"关于我们"页面的基础

评估标准： - HTML代码的正确性和结构性 - 页面内容的完整性和相关性 - 学生独立编码的能力和解决问题的能力

第3课：AI周边作品大师

课程目标： 学生能够使用AI工具创建多种虚拟商品，并制作一个简单的多媒体展示。

课程内容： 1. AI创作工具介绍（30分钟） - 图像生成工具（DALL·E, Midjourney）使用指南 - 文本创作工具（ChatGPT）的高级提示技巧 - 音频生成工具基础操作

1. 虚拟商品创作实践（60分钟）
2. 品牌标志和视觉识别系统设计
3. 产品图片和场景图片创作
4. 产品描述和故事背景撰写
5. 简单音频元素（如品牌主题曲）创作
6. 多媒体整合（30分钟）
7. JavaScript基础介绍
8. 创建"品牌故事幻灯片"

9. 整合图片和音频元素

课程成果： - 至少5件原创虚拟商品（包括图片、文本描述） - 一个带有背景音乐的品牌故事幻灯片展示 - 商品分类和定价策略初稿

评估标准： - AI工具使用的熟练度和创意性 - 虚拟商品的质量和与品牌的一致性 - 多媒体展示的效果和技术实现

第4课：网页大师

课程目标： 学生能够使用Cursor工具构建一个基本功能完整的电商网站框架。

课程内容： 1. 电商网站结构设计（30分钟） - 电商网站核心页面和功能分析 - 用户体验和导航流程设计 - 文件组织和资源管理最佳实践

1. Cursor工具使用（40分钟）
2. 界面熟悉和基本操作
3. 模板选择与修改
4. 自定义开发技巧
5. 电商网站核心组件开发（50分钟）
6. 产品展示卡设计
7. 导航菜单和页面链接
8. 购物车按钮和结账流程基础

课程成果： - 一个基本功能完整的电商网站框架，包括： - 首页（展示品牌故事和精选产品） - 产品页（展示所有虚拟商品） - 关于页面（整合第2课创建的HTML页面） - 统一的视觉设计和用户体验

评估标准： - 网站结构的合理性和完整性 - 用户界面的美观度和易用性 - 资源管理和代码组织的规范性

第5课：淘宝店主访谈

课程目标： 学生能够通过市场调研获取有价值的反馈，并将其应用于产品和营销策略优化。

课程内容： 1. 访谈准备（30分钟） - 使用GPT生成针对性访谈问题 - 设计不同类型受访者的问题模板 - 准备记录工具和方法

1. 访谈执行（30分钟）
2. 进行实际访谈（电商店主、潜在消费者、同龄人）
3. 记录关键信息和洞察
4. 处理访谈中的意外情况

5. 数据整理与分析（30分钟）

6. 使用AI辅助整理访谈内容

7. 提取关键洞察和模式

8. 不同群体反馈的比较分析

9. 策略应用（30分钟）

10. 将洞察转化为具体的产品调整建议

11. 优化营销策略和销售话术

12. 制定网站用户体验改进计划

课程成果： - 完整的访谈记录和分析报告 - 基于市场反馈的产品优化计划 - 针对不同消费者类型的销售策略调整

评估标准： - 访谈问题的质量和针对性 - 数据分析的深度和洞察力 - 将反馈转化为可执行策略的能力

第6课：软件编程的常用工具

课程目标： 学生能够掌握网站部署、访问追踪和版本控制等必要技术工具，为最终展示做准备。

课程内容： 1. 版本控制基础（30分钟） - Git基本概念和 workflows - 创建仓库、提交更改、推送到远程 - 协作和版本回退操作

1. 网站部署技术（40分钟）

2. 网站托管服务介绍（GitHub Pages, Netlify）

3. 部署流程和配置

4. 域名设置和访问测试

5. 用户交互功能（50分钟）

6. 表单处理和数据收集

7. 本地存储实现购物车功能

8. 支付流程模拟

9. 访问追踪工具（20分钟）

10. 二维码生成和应用

11. 简单访问统计实现

12. 用户行为基础分析

课程成果： - 成功部署到公网的电商网站 - 功能完整的表单和购物流程 - 网站访问追踪系统 - 项目Git仓库

评估标准： - 网站部署的成功性和稳定性 - 用户交互功能的完整性和易用性 - 工具使用的熟练度和问题解决能力

第7课：情报搜集

课程目标： 学生能够通过多种渠道收集市场数据，并利用这些数据优化产品策略和营销方案。

课程内容： 1. 市场调研方法（30分钟） - 淘宝热销榜分析技巧 - 竞品分析框架 - 消费者评论挖掘方法 - 趋势预测工具使用

1. 数据收集实践（40分钟）
2. 创建市场调研表格
3. 收集竞品数据（特点、价格、销量、评价）
4. 记录消费者偏好和痛点
5. 数据分析与可视化（30分钟）
6. 基础数据处理方法
7. 简单图表创建（Excel, Google Sheets）
8. 从数据中提取可执行洞察
9. 策略制定（20分钟）
10. 产品定位和差异化策略
11. 价格策略和促销计划
12. 目标受众精确定义

课程成果： - 完整的市场调研报告 - 竞品分析图表和洞察总结 - 基于数据的产品策略调整方案 - 明确定义的目标消费者画像

评估标准： - 数据收集的全面性和准确性 - 分析的深度和洞察力 - 策略的可行性和针对性

第8课：数据请求大师

课程目标： 学生能够实施基本的数据收集和分析系统，优化网站设计和用户体验。

课程内容： 1. AB测试基础（30分钟） - AB测试原理和应用场景 - 测试设计和假设制定 - 结果分析和决策方法

1. 用户行为跟踪（40分钟）
2. 埋点系统基本概念

3. 关键用户行为定义和记录
4. 数据可视化和解读
5. 实战应用（50分钟）
6. 设计两个版本的产品页面
7. 实现简单的随机展示系统
8. 创建数据收集和分析流程
9. 数据驱动优化（20分钟）
10. 根据数据调整网站设计
11. 优化产品展示顺序和方式
12. 改进用户转化漏斗

课程成果： - 功能完整的AB测试系统 - 用户行为跟踪仪表盘 - 基于数据的网站优化方案 - 数据分析展示（用于最终展示）

评估标准： - 测试设计的科学性和有效性 - 数据收集系统的完整性和准确性 - 数据分析的深度和应用能力

第9课：刁钻的评委

课程目标： 学生能够掌握针对不同类型消费者的销售策略，提升推销效果和应变能力。

课程内容： 1. 消费者心理学基础（30分钟） - AIDA营销模型（注意、兴趣、欲望、行动） - 不同类型消费者的决策模式 - 购买触发点和阻力分析

1. 五种典型买家分析（40分钟）
2. 二次元狂热者：特点、偏好和购买动机
3. 小卖部老板：关注点、决策因素和谈判策略
4. 宝妈：需求、顾虑和价值判断
5. 冷酷极客：评估标准、信息需求和说服点
6. 小红书种草用户：审美偏好、社交需求和影响因素
7. 针对性销售策略（30分钟）
8. 为每种买家类型设计专属话术模板
9. 产品特点与消费者需求的匹配技巧
10. 异议处理和成交技巧
11. 销售情境模拟（40分钟）

12. 角色扮演练习
13. AI模拟评委提问
14. 销售演示录制和分析

课程成果： - 五种买家类型的详细分析报告 - 针对性销售话术库 - 模拟销售视频和改进分析 - 最终展示的应对策略

评估标准： - 对不同消费者类型的理解深度 - 销售话术的针对性和说服力 - 应变能力和问题处理技巧

第10课：销售准备与最终展示

课程目标： 学生能够整合前九课所学，准备并完成一个专业、有说服力的最终销售展示。

课程内容： 1. 销售展示结构设计（30分钟） - 开场设计（15秒）：注意力吸引技巧 - 品牌故事简介（15秒）：核心理念提炼 - 产品亮点展示（20秒）：关键特点选择和表达 - 价值主张（15秒）：核心利益点强调 - 行动号召（5秒）：明确指引设计

1. 演讲技巧训练（40分钟）
2. 声音训练：音量、语速和语调调整
3. 肢体语言：姿态、手势和移动技巧
4. 眼神接触：建立连接和信任感
5. 应对问题：常见问题准备和转化技巧
6. 展示效果优化（30分钟）
7. 视觉辅助设计：幻灯片或产品演示准备
8. 互动环节设计：增加评委参与感
9. 记忆点设计：创造独特的品牌记忆锚点
10. 综合演练与反馈（40分钟）
11. 完整展示演练
12. 同伴反馈和调整
13. 多版本准备和应急预案

课程成果： - 完整的1分钟销售展示脚本和视觉辅助材料 - 针对五种评委类型的应对预案 - 技术和内容的应急备份方案 - 反馈收集表格和即时调整策略

评估标准： - 展示内容的完整性和说服力 - 表达技巧的专业性和感染力 - 应变能力和问题处理技巧 - 整体展示效果和观众反应

课程评估体系

本课程采用多维度评估体系，确保全面评价学生的学习成果：

1. **过程性评估（50%）**
 2. 课堂参与度和任务完成情况（20%）
 3. 阶段性作品质量（20%）
 4. 团队合作和互助表现（10%）
5. **成果性评估（50%）**
 6. 电商网站完整性和功能性（15%）
 7. 虚拟商品创意和质量（15%）
 8. 最终销售展示效果（20%）

预期学习成果

完成本课程后，学生将能够：

1. 创建具有统一故事设定的原创虚拟品牌
2. 熟练使用AI工具设计虚拟商品和实体周边商品
3. 构建基本功能完整的电商网站
4. 运用数据分析优化产品策略和用户体验
5. 针对不同类型消费者制定有效的销售策略
6. 自信地展示和推销自己的创意产品

教学资源

1. **软件工具**
 2. AI创作工具：ChatGPT, DALL·E, Midjourney
 3. 网页开发工具：Cursor, Visual Studio Code
 4. 版本控制：Git, GitHub
 5. 数据分析：Excel, Google Analytics
6. **参考资料**
 7. 品牌故事案例集
 8. HTML/CSS/JavaScript基础教程
 9. 电商网站设计最佳实践指南
 10. 消费者心理学和销售技巧手册

11. 辅助材料

12. 课程模板和工作表

13. 评估量表和反馈表格

14. 项目展示指南

15. 常见问题解决方案