

2019 学年社群运营师专业技能 (水平) 评价 考试大纲 (中级)

I . 考试介绍

社群运营师专业技能 (水平) 评价考试依托我国在全球新媒体领域的领先地位和先进模式, 围绕新媒体行业的理论与实践, 以推动专业技术人才队伍建设、构建符合我国国情的社群运营人才培养体系为目标, 建立了科学的评价体系和完善的认证流程, 是具有权威性的国际化社群运营行业人才评价考试。

II . 考查目标

社群运营师专业技能 (水平) 评价考试涵盖社群运营、社群管理、社群营销、社群营销的主要平台、社群运营师的核心技能、社群电商及社群电商平台等社群运营专业内容。要求考生:

1. 准确地记忆社群运营有关知识;

2. 准确、恰当地使用社群运营专业术语, 正确理解和掌握社群运营的相关概念、方法及发展方向;

3. 运用专业知识和技巧, 解决社群运营过程中的实际工作和问题。

III . 考试形式和试卷结构

一、试卷满分及考试时间

试卷满分为 100 分, 考试时间为 120 分钟。

二、答题方式

社群运营师专业技能 (水平) 评价考试采用上机答题的方式进行在线电子化考试, 系统进行在线监考。

三、试卷题型结构

1. 简答题, 共 16 分;

2. 论述题, 共 24 分;

3. 案例分析题, 共 20 分;

4. 方案设计题, 共 40 分;

IV . 考查内容

社群运营师专业技能（水平）评价考试（中级）侧重考查社群运营的实战技能和理论知识。以下为考试考核内容。

一、 社群运营概论

1.1 社群的基础知识

- 1.1.1 社群的概念
- 1.1.2 社群的构成要素
- 1.1.3 社群营销的价值
- 1.1.4 社群质量的评估
- 1.1.5 社群管理结构及成员划分

1.2 社群发展与社群文化

- 1.2.1 社群运营的发展背景

1.3 社群的构建

- 1.3.1 社群的内核
- 1.3.2 社群的结构
- 1.3.3 社群的运营
- 1.3.4 社群的输出
- 1.3.5 社群的复制

1.4 社群线上活动的运营流程

- 1.4.1 社群线上活动策划流程
- 1.4.2 社群线上活动的筹备

1.4.3 社群线上活动的宣传

1.4.4 社群线上活动的执行

1.4.5 社群线上活动的复盘

1.4.6 社群线上活动清单

1.5 社群线下活动的运营流程

- 1.5.1 社群线下活动策划流程
- 1.5.2 社群线下活动的筹备
- 1.5.3 社群线下活动的宣传
- 1.5.4 社群线下活动的执行
- 1.5.5 社群线下活动的复盘
- 1.5.6 社群线下活动清单

1.6 社群与新媒体运营

- 1.6.1 基于社群运营的用户运营
- 1.6.2 基于社群运营的产品运营
- 1.6.3 基于社群运营的内容运营
- 1.6.4 基于社群运营的活动运营

二、 社群管理

2.1 社群管理规划

- 2.1.1 制定社群管理规划
- 2.1.2 社群管理规定的的设计
- 2.1.3 提升社群归属感的设计（含UI）

2.1.4 保持社群活跃度的方法设计

2.2 社群管理工具

2.2.1 内容发布平台

2.2.2 社群分享平台

2.2.3 社群表单工具

2.2.4 社群打卡工具

2.3 社群用户管理

2.3.1 加入社群的门槛设计

2.3.2 聚拢社群种子用户的方法

2.3.3 种子用户的培养

2.3.4 社群身份的认同

2.3.5 群聊习惯的培养

2.3.6 创造社群独特价值吸引用户

2.3.7 社群用户链接管理

2.3.8 社群用户输出管理

2.3.9 社群借势推广运营

三、 社群营销

3.1 优质社群的打造方法

3.1.1 定位社群运营目标

3.1.2 构建社群的步骤和方法

3.2 线上社群与线下社群

3.2.1 扩大社群规模的方法

3.2.2 社群规模扩大误区

3.2.3 线上社群运营团队的建立

3.2.4 线下社群运营团队的建立

3.3 社群经济

3.3.1 兴趣社群的运营

3.3.2 商业社群的运营

3.3.3 学习型社群的运营

3.3.4 社群的变现模式

3.3.5 社群经济的发展趋势

3.4 社群变现

3.4.1 社群变现的基础知识

3.4.2 社群变现的重要指标

3.4.3 社群变现的流程

3.4.4 社群变现的基本模式

四、 社群营销主要平台

4.1 互联网直播与社群运营的整体思路

4.1.1 互联网直播在社群运营中的应用

4.1.2 利用互联网直播进行社群运营的整体思路

4.1.3 利用互联网直播进行社群运营的主要流程

4.2 网络论坛

4.2.1 网络论坛的社群营销特点

4.2.2 网络论坛的社群营销方法

4.3 微信社群

4.3.1 微信社群的基本特点

4.3.2 微信朋友圈营销策略

4.4 微博社群

4.4.1 微博社群的基本特点

4.4.2 微博社群的营销方法

4.4.3 微博粉丝的管理与维护

4.5 QQ 社群

4.5.1 QQ 社群的基本特点

4.5.2 QQ 社群的营销方法

五、 社群运营师核心技能

5.1 运营策划能力

5.1.1 社群运营规划

5.1.2 社群运营基础工作规划

5.1.3 社群运营入群规划

5.1.4 社群日常工作规划

5.2 观察沟通能力

5.2.1 社群价值判断方法

5.2.2 社群运营工作沟通交流技巧

5.2.3 社群运营工作沟通交流误区

5.3 活动策划能力

5.3.1 社群活动策划与组织步骤

5.3.2 社群活动的设置

5.3.3 活动策划的细节

5.3.4 社群活动复盘

5.4 资源整合能力

5.4.1 社群的价值人脉及其挖掘方法

5.4.2 价值人脉的维护

5.4.3 低成本撬动品牌曝光

5.4.4 链接优质社群创造跨界合作

5.5 成本控制能力

5.5.1 社群运营经济成本结构

5.5.2 社群运营的关键成本

5.5.3 社群运营的人力成本结构

5.5.4 小预算办大活动的途径与方法

5.6 社群变现能力

5.6.1 社群的变现模式

5.6.2 社群商业变现及公信力

5.6.3 提升社群购买力实现商业变

现

5.6.4 激活社群实现商业变现

5.7 风险识别能力

5.7.1 社群口碑风险识别与处理

5.7.2 社群沉寂风险识别与处理

5.7.3 负面言论风险识别与处理

5.7.4 恶意竞争风险识别与处理

六、 社群电商

6.1 社群电商与微商

6.1.1 认识社交电商与社群电商

6.1.2 社群电商的模式

6.1.3 社群电商与微商的区别与联系

6.1.4 社群电商从业者必备的能力与素养

6.1.5 社交电商与社群电商的发展现状及趋势

6.2 社群电商运营基础

6.2.1 社群电商选品方法

6.2.2 社群电商用户分析

6.2.3 社群电商推广途径与方法

6.2.4 社群电商推广工具

6.2.5 社群电商的营销优势

6.3 微信群与社群电商

6.3.1 微信群运营管理工具

6.3.2 社群线上群推销方法

6.3.3 社群线上群团购方法

6.3.4 微信群的快速成交

6.3.5 微信群红包玩法

七、 社群电商平台

7.1 社群电商平台基础知识

7.1.1 社群电商平台的特点

7.1.2 社群电商平台发展现状

7.1.3 社群电商平台发展趋势

7.2 有赞平台

7.2.1 有赞平台的商品管理

7.2.2 有赞平台的门店收银

7.2.3 有赞平台的网店销售

7.2.4 有赞平台的营销方法

7.2.5 有赞平台的会员管理

7.3 微店平台

7.3.1 微店的页面

7.3.2 微店的建设

7.3.3 微店的预约

7.3.4 微店的分销

7.3.5 微店的管理

7.4 微盟平台

7.4.1 微盟平台优势

7.4.2 微盟基础建设

7.4.3 微活动的开展

7.5 微信小程序电商平台

7.5.1 拼多多

7.5.2 礼物说

7.5.3 京东购物

7.5.4 唯品会

7.5.5 其他小程序电商平台

7.6 其他社群电商平台

7.6.1 其他社群电商平台及应用