**《互联网营销与策划》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业课程 | **课程性质** | 选修课（通选） | **课程属性** | 理论 |
| **课程名称** | 网络营销与策划 | **课程英文名称** | Internet Marketing and Planning |
| **课程编码** | FX03TX16C | **适用专业** | 不限，除电子商务专业 |
| **考核方式** | 考查 | **先修课程** | 计算机基础 |
| **总学时** | 32 | **学分** | **2** | **理论学时** | 32 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 上机学时：0 |

**二、课程简介**

《互联网营销与策划》是一门选修课（通选），本课程以经济学、电子商务、营销学为基础，同时也涉及网络技术学科，特别是互联网系统，对培养数字化营销人才具有重要作用。通过本课程的学习，可以使学生了解互联网营销与传统营销的差异，并掌握基于互联网特点的网络营销与策划实践，使学生既有系统化的网络营销与策划理论知识，又能掌握够网络营销与策划实用技能，从而拓展学生在数字经济时代的知识边界和专业素养。

**三、课程教学目标**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程教学目标** | **支撑人才培养规格指标点** | **支撑人才培养规格** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**在互联网营销理念上融入辩证唯物主义的哲学观；要求学生牢固掌握基础知识；在网络传播战略方面，阐述正向的社会传播思想和理念，能够善于开展营销传播；使学生了解和掌握实践应用，跟踪互联网营销理论与应用前沿，使学生有系统化的互联网营销理论知识。 | 5-1了解快速发展的电子商务新兴产业动态以及电子商务法律法规相关知识5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理5-3初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。6-1具备从事本专业学术研究和实务操作所必须的数学、外语、统计、金融等相关知识。 | 5.专业性知识6.工具性知识 |
| **能****力****目****标** | **目标2：**在产品设计、包装、品牌等方面掌握相关营销专业能力，掌握互联网营销与策划实用技能。 | 8-1能够掌握有效的自主学习方法；8-2能够应用现代科技手段获取新知识，进行自我学习、自我消化知识、自我更新知识、终身学习的能力，8-3适应电子商务行业快速发展的客观情况；8-4具备综合分析和解决实际问题。9-1具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识；9-5能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站。 | 1. 获取知识的能力
2. 运用知识的能力
 |
| **素质目标** | **目标3：**在互联网营销战略方面通过优秀的企业文化确立正确的企业经营观，在营销活动中渗透积极的民族文化和社会责任思想，并在社会化媒体的营销方面，注重传播中华民族传统道德和西方积极正向信息。具备比较优秀的营销素质，实现培养社会需要的合格人才的目的。 | 3-1具有扎实的经济学理论基础和专业知识，掌握网络营销的基本理论、分析方法和发展动态3-4能够理论与实践紧密结合，解决实际问题； | 3. 专业素质能力 |

1. **课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

**（一）理论教学**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块**  | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| 互联网营销概述 | 2 | **重点：**掌握网络营销发轫的基本历史，了解网络营销不同阶段的发展特点。**难点：**web1.0时代和web2.0时代的特点**思政元素：**介绍网络营销的演变过程，培养学生科学探索精神。**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 互联网营销战略计划 | 2 | **重点：**了解网络营销战略计划的制定背景，掌握战略规划内容，学习战略规划步骤和实现途径。**难点：**战略决策选择**思政元素：**各种网络营销战略的比较，培养学生的社会责任感。**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2目标3 |
| 网络消费者市场 | **2** | **重点：**通过学习网络营销消费者市场特点，了解网络时代消费者购买商品的影响因素。**难点：**网络消费者购买决策的步骤**思政元素：**对于利用网络消费者消费心理的虚假营销手段进行辨别，从而保护消费者的利益**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 客户关系管理 | **2** | **重点：**了解客户关系管理概念，掌握客户关系管理的核心理念，熟记客户关系管理的流程。**难点：**客户关系管理流程**思政元素：**维系良好的客户关系**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2目标3 |
| 客户体验管理 | **2** | **重点：**了解客户体验管理的基本概念，把握客户体验的层次与特点，掌握客户体验管理架构。**难点：**客户体验管理架构**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 网络产品与网络品牌 | **2** | **重点：**在学习网络产品特殊性的基础上，深刻认识网络产品或服务品牌的特点，掌握构建网络品牌的基本能力。**难点：**网络品牌决策**思政元素：**网络品牌参差不齐消费者如何辨别**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2目标3 |
| 网络营销渠道 | **2** | **重点：**了解网络渠道的优势、功能，认识网络渠道的去中介化与再中介化问题，明晰网络渠道主体之间的差异性，掌握网络渠道分销策略。了解O2O的四种形式和网络生态系统。**难点：**如何搭建网络营销渠道**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 网络价格 | **2** | **重点：**了解网络时代定价的类型，明确影响网络定价的诸因素，掌握网络定价的策略。**难点：**定价策略**思政元素：**网络产品的价格变化趋势**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 网络营销传播 | **2** | **重点：**了解在网络营销时代促销策略的全新变化，促销变成为网络营销传播，网络广告、销售促进、公共关系、直复营销发挥出新的不同的作用。**难点：**整合营销传播理论**思政元素：**网络舆情监督与危机公关**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2目标3  |
| 社会化媒体营销基础体系 | **2** | **重点：**学习社会化媒体营销理论，掌握社会化媒体的特征和类型，了解并掌握新消费行为法则，学会分析网络社会化营销策略。**难点：**社会化营销策略**思政元素：**电信诈骗与社会和谐**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 微博营销 | **2** | **重点：**了解微博的由来，特别是中国式微博的发展态势，学会进行微博的建设与运营。**难点：**微博运营**思政元素：**优秀企业官方微博的特点**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 微信营销 | **2** | **重点：**深入认识微信营销的特点，特别是微信公众号的运营与管理。**难点：**微信公众号的运营与管理**思政元素：**优秀企业官方微信的特点**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| SNS社区营销 | **2** | **重点：**了解社区媒体的特点以及营销优势，能够掌握SNS媒体营销的策略。**难点：**SNS社区营销的过程**思政元素：**在SNS社区注意言论，**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 视频营销 | **2** | **重点：**了解视频媒体的特点以及营销优势，能够掌握视频媒体营销的策略。**难点：**视频营销策略**思政元素：**设计本校视频宣传片，培养爱校思想**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 网络口碑营销 | **2** | **重点：**了解网络口碑营销的特点以及营销优势，能够掌握网络口碑营销的策略。**难点：**网络口碑营销的推广策略**思政元素：**如何辨别网络水军**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |
| 搜索引擎营销及客户界面设计 | **2** | **重点：**了解网络营销的技术与工具，如搜索引擎、客户界面设计等，能够初步掌握搜索引擎营销、客户界面设计的格式塔心理学原理以及联属网络营销等技能**难点：**搜索引擎营销及格式塔式界面设计**思政元素：**如何辨别搜索引擎虚假营销**教学方法与策略：**线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本知识课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结归纳 | 目标1目标2 |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考查两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）和考勤（占10%）两个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.小组汇报3.考勤** |
| 优秀（90～100分） | 1.作业书写工整、书面整洁；90％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.考勤全勤3.课堂表现优秀 |
| 良好（80～89分） | 1.作业书写工整、书面整洁；；80％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.缺勤1次3.课堂表现良好 |
| 中等（70～79分） | 1.作业书写较工整、书面较整洁；70％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.缺勤2次3.课堂表现一般 |
| 及格（60～69分） | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.缺勤2次3.课堂表现不积极 |
| 不及格（60以下） | 1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40％的习题解答不正确或实验习题结果错误。2.缺勤3次3.扰乱课堂秩序 |

1. 期末考查（占总成绩的70%）：采用百分制。有两套考核方案可供任课教师选择。

（1）期末考查（开卷）的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核****模块** | **考核内容** | **主要****题型** | **支撑目标** | **分值** |
| 理解网络营销的基础概念 | 网络营销的基础概念、网络营销战略计划 | 选择题 | 目标1 | 15 |
| 掌握网络消费者理论 | 网络消费者市场、客户关系管理、客户体验管理 | 选择题 | 目标1 | 25 |
| 掌握网络营销组合 | 网络产品与品牌、网络渠道、网络价格、网络营销传播 | 简答题、案例分析题 | 目标1 | 25 |
| 掌握社会化媒体营销 | 社会化媒体营销基础、微博营销、微信营销、SNS社区营销、视频营销 | 选择题、简答题 | 目标1 | 20 |
| 了解网络营销技术与工具 | 网络口碑营销、搜索引擎营销、客户界面设计 | 选择题、论述题 | 目标1目标2 | 15 |

1. 期末考查采用撰写一篇某企业或产品的互联网营销策划书，学生自选感兴趣的企业或产品。

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.字数；2.结构、层次、逻辑、结论； 3.排版** |
| 优秀（90～100分） | 1.字数在1500字以上。2.结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。3.排版规范、无错别字。 |
| 良好（80～89分） | 1.字数在1500字以上。2.结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。3.排版规范、无错别字。 |
| 中等（70～79分） | 1.字数在1500字以上。2.结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。3.排版基本规范、错别字较少。 |
| 及格（60～69分） | 1.字数在1000—1500字之间，未达1500字。2.结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。3.排版尚规范、错别字较多。 |
| 不及格（60以下） | 1.字数在1000字以下。2.结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。3.排版不规范、错别字较多。 |

1. **教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生其他： |
| 2 | 课程时间 | 周次： 1-16周 节次：2次/周 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地 □其他： |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信线下地点及时间安排：课堂 |

**七、选用教材**

[1]郦瞻主编：《网络营销》（第2版）清华大学出版社，2018 年 12月。

**八、参考资料**

[1]胡宏力主编：《网络营销》，中国人民大学出版社，2018 年 4 月。

[2]王永东、荆浩、安玉新 主编：《网络营销》，清华大学出版社，2018 年 7 月。

**网络资料**

[1]中国慕课MOOC，www.icourse163.org

[2]百度文库，wenku.baidu.com

大纲执笔人：张帆

讨论参与人: 李欣原

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：赖忠孝