**《网络营销实训》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业课程 | **课程性质** | 实践 | **课程属性** | 实训 |
| **课程名称** | 网络营销实训 | **课程英文名称** | E-Marketing Experiment |
| **课程编码** | F03ZB33Z | **适用专业** | 电子商务、国际贸易 |
| **考核方式** | 上级操作 | **先修课程** | 《电子商务》、《网络营销》、《国际市场营销》等 |
| **总学时** | 24 | **学分** | **1.5** | **理论学时** | 0 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 上机学时24 |
| **开课单位** | 金融与贸易学院 |

**二、课程简介**

《网络营销实训》是是全面落实电子商务专业教学计划的重要实践性教学环节之一，是培养学生实际工作技能和技巧的一个重要手段。借助网络实验室环境的仿真性和实验资料的真实性，通过所给的实验资料，将网络营销专业知识和网络营销实务有机的结合在一起。本实训课必须在专门的电子商务实验室中完成，实训时要求学生先认真思考然后再动手操作，操作过程中要严格按照操作规范去做，实训结束后要对实训结果进行考核、验收。

**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：**网络营销实训要求学生在操作中复习以前学过的基本知识。因此，模拟实训教学将是对学生们所学网络营销知识的综合检验和全面回顾。 | 5.专业性知识 | 5.专业性知识 |
| **能****力****目****标** | **目标2：**能够真正掌握网络营销方法的利用、营销信息的收集与分析、网络营销网站建设、营销网站推广、营销客户管理等，从而为学生今后从事电子商务工作打下坚实的基础，成为理论与实际相结合的电子商务专业人才。 | 2.综合素质能力3.专业素质能力能力9.运用知识的能力 | 2.综合素质能力3.专业素质能力能力9.运用知识的能力 |
| **素****质****目****标** | **目标3：**通过与课程内容紧密配合的课堂活动，丰富教学内容，培养学生的主体意识、问题意识、交流意识；让学生在实践操作、小组分工等活动中领悟并认识到敬业耐劳、恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越等职业道德与素质在个人职业发展和事业成功中的重要性，使学生能树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意培养学生的综合职业能力和全面素养能力。 | 11.创业项目管理的能力12.团队沟通与协作能力 | 11.创业项目管理的能力12.团队沟通与协作能力 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

**（一）实践教学**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **实践类型** | **项目名称** | **学时** | **主要教学内容** | **项目****类型** | **项目****要求** | **支撑课程目标** |
| 实训 | 网络营销工具应用网络营销信息的收集与分析 | 4 | 重点：商务营销博客基本操作、阿里旺旺营销工具操作。搜索引擎的使用、营销网站信息优化分析。难点：营销网站信息优化分析。 | 上机 | 完成系统内作业 | 目标1目标2目标3 |
| 实训 | 网络营销网站建设 | 6 | 重点：在淘宝网开设个人网店、在阿里巴巴中文站创建企业网店。难点：在阿里巴巴中文站创建企业网店。 | 上机 | 完成系统内作业 | 目标1目标2目标3 |
| 实训 | 营销网站推广 | 6 | 重点：搜索引擎登陆，搜索引擎广告的投放，邮件列表操作，网络广告。难点：搜索引擎广告的投放。 | 上机 | 完成系统内作业 | 目标1目标2目标3 |
| 实训 | 营销客户管理及询盘管理 | 4 | 重点：客户跟踪与产品管理，客户资源分配与业务开展。查看与搜索询盘，询盘生成客户。难点：客户资源分配与业务开展。 询盘生成客户。 | 上机 | 完成系统内作业 | 目标1目标2目标3 |
| 实训 | 网络采购及网络贸易风险防范 | 4 | 重点：营销商机查找，发布采购信息。网络贸易骗术识别。难点：买卖速配的使用。网络贸易骗局案例剖析。  | 上机 | 完成系统内作业 | 目标1目标2目标3 |
|  |  |

**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，学生的最终成绩是以优秀、良好、中等、及格、不及格五个等级来确定的。

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.作业 2.考勤 3.课堂表现** |
| 优秀（90～100分） | 1.作业：90％以上的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：80％以上的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：70％以上的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：60％以上的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.作业：超过40％的实验习题结果错误。2.缺勤3次3.扰乱课堂秩序 |

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周任意时间段完成 节次：4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**

无

**八、参考资料**

[1]袁野主编：《互联网营销实训教程》，西南财经大学出版社，2018 年 8 月。

[2]雷颖晖主编：《网络营销实训》，经济管理出版社，2014 年 6 月。

大纲执笔人： 李欣原

讨论参与人:

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：