

《网络营销》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

课程名称	(中文) 网络营销				
	(英文) Internet Marketing				
课程代码	2060564	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	32	实践学时	0
开课学院	商学院	适用专业与年级		21级旅游管理专业本科与专升本	
课程类别与性质	学科基础与专业基础选修课	考核方式		考查	
选用教材	《网络营销》华迎、ISBN 978-7-04-054473-2、高等教育出版、2020.07 (2023.7 重印)			是否为马工程教材	否
先修课程	电子商务概论 2060017 (3)				
课程简介	<p>网络营销是旅游管理专业跨专业课程之一,是一门理论与实务结合较为紧密的课程。随着互联网的快速发展,基于互联网的营销方式和手段发生了很多变化。在全面推进数字经济的转型的道路上,这使得互联网和数字化更加渗透到各个行业。因此,在立足互联网发展变化快以及新方法等层出不穷的情况下,我们有必要深入学习这门课程。这门课程的研究对象是网络营销的基本理论、流程以及方法。在本课程设计和教学方法主要理念是结合理论知识与实践案例设计,让学生深入了解网络消费者需求及行为,并掌握从事网络营销活动的综合素质以及能力。在遵循本课程建设的逻辑上,同时也帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观,使学生们具备完整的独立人格成长。针对对本课程的学习预期成果,学生们能在掌握理论知识与实践案例的相结合分析方法,在将来的相关工作岗位上熟练地设计并处理互联网+的营销方法。此外,还能建立起学生个人的互联网思维能顺应这个数字经济时代的到来。</p>				
选课建议与学习要求	本课程适合旅游管理专业学生在熟悉电子商务理论基础上,学习相关的网络营销基本理论与方法,了解网络营销的最新的经营理念和运作方法。				
大纲编写人	胡元元 (签名)		制/修订时间	2024.03	
专业负责人	张江 (签名)		审定时间	2024.3	

学院负责人	尹卫华 (签名)	批准时间	2024. 3
-------	----------	------	---------

二、课程目标与毕业要求

(一) 课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	掌握网络营销的基本原理、知识和方法，全面系统地掌握网络营销的理论基础。
	2	掌握所学的理论知识的同时，对当下各种网络营销现象进行思考与分析，并能够根据企业营销目标进行制定网络营销战略与活动策划。
技能目标	3	利用最新的网络营销工具与技能，增强学生对顺应时代的网络营销平台和工具进行应用。
	4	培养学生网络营销的实用技能基于网络营销的常用工具和基本方法体系，具备企业网络营销运营实施的能力。
素养目标 (含课程思政目标)	5	引导学生树立“四个正确认识”立足当下世界发展格局，激发学生了解世界各国各行业互联网+营销方式，结合所学知识，帮助学生树立起中国科技制造走向世界的世界格局。
	6	提高学以致用能力并培养自觉遵循网络伦理，从而形成正确的商业伦理观、价值观。

(二) 课程支撑的毕业要求

<p>L01 品德修养: 拥护中国共产党的领导, 坚定理想信念, 自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观, 增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神, 践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训, 积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。</p> <p>③ 奉献社会, 富有爱心, 懂得感恩, 自觉传承和弘扬雷锋精神, 具有服务社会的意愿和行动, 积极参加志愿者服务。</p>
<p>L02 专业能力: 具有人文科学素养, 具备从事电子商务相关工作或专业的理论知识、实践能力。</p> <p>① 具有专业所需的人文科学素养。</p>
<p>L07 信息应用: 具备一定的信息素养, 并能在工作中应用信息技术和工具解决问题。</p> <p>③ 数量使用计算机, 掌握常用办公软件。</p>

(三) 毕业要求与课程目标的关系

毕业要求	指标点	支撑度	课程目标	对指标点的贡献度
------	-----	-----	------	----------

L01	③	H	能够具备专业知识与德育元素自然和谐,明确爱国、诚信、敬业、友爱的精神,具有服务社会的意识和树立符合社会主义道德要求的价值观。	100%
L02	①	H	能够熟练掌握专业领域的基本理论与知识,提高自身的人文科学素养。	100%
L07	③	H	能够熟练使用计算机的同时培养自身的信息素养,进而解决未来工作上的问题。	100%

三、课程内容与教学设计

(一) 各教学单元预期学习成果与教学内容

第一单元 网络营销概述

第一节 网络营销的概念与特点

第二节 新形势下的网络营销

第三节 网络营销的内容及流程

第四节 网络营销的理论基础

预期学习成果: 了解此课程意义与定位、网络营销的内容等

核心知识点: 知道网络营销的基本概念以及理论

能力要求: 分析某企业运用了哪些网络营销理论

教学难点: 理解网络营销的理论以及如何运用

第二单元 基于数据网络营销分析预测

第一节 明确分析目标

第二节 充分利用各类信息数据

第三节 网络市场调研概述

第四节 网络市场调研过程与方法

第五节 网络调研问卷

第六节 数据库营销

第七节 大数据分析手段

预期学习成果: 了解数据网络营销分析预测的过程与意义,并能够设计一份网络调研问卷

核心知识点: 网络调研问卷的内容以及结果分析方法

能力要求: 设计一份网络调研问卷

教学难点: 数据分析技术对网络营销分析预测的意义

第三单元 网络市场和网络消费者分析

第一节 网络市场

第二节 网络消费者

预期学习成果: 了解影响网络消费者购买行为的因素以及购买决策过程

核心知识点: 分析各个阶段的网络向消费者购买决策过程

能力要求：运用学术所学理论知识，分析某电商网站网络消费者购买购买决策的因素
教学难点：如何利用大数据，分析网络市场的趋势以及消费者购买决策的因素。

第四单元 网络战略营销

第一节 网络营销战略

第二节 网络市场细分

第三节 网络目标市场选择

第四节 网络市场定位

预期学习成果：理解网络营销战略目标与重点、分析网络市场细分的影响因素以及网络目标市场选择策略

核心知识点：分析案例某企业网络营销战略内容

能力要求：运用网络市场细分标准对某类网络消费市场并进行细分

教学难点：根据案例，如何分析某企业网络营销战略内容

第五单元 网络客户体验

第一节 客户体验及网络客户体验概述

第二节 客户体验要素

第三节 客户体验三阶段

第四节 客户体验设计流程

预期学习成果：运用所学知识设计客户体验

核心知识点：理解客户体验要素与三阶段

能力要求：熟练掌握电客户体验设计流程

教学难点：根据个案，如何分析网络客户体验的设计

第六单元 网络界面设计

第一节 网络界面功能和站点分类

第二节 界面设计要素

预期学习成果：运用所学知识设计界面

核心知识点：知道界面功能与运用界面设计

能力要求：掌握界面设计要素

教学难点：如何有效地传授界面设计根据个案

第七单元 网络客户关系

第一节 网络客户关系概述

第二节 客户关系管理相关理论

第三节 客户生命周期

第四节 客户关系管理评测工具与指标

第五节 最大化客户终身价值

预期学习成果：知道客户生命周期的各阶段并计算客户终身价值

核心知识点：理解并分析 4P、4C、4R 营销理论

能力要求：熟练掌握营销理论并根据个案提出创新型的建议

教学难点：理解并分析营销理论

第八单元 网络营销策略设计

第一节 网络产品策略

第二节 网络价格策略

第三节 网络渠道策略

第四节 网络促销策略

第五节 网络社区策略

预期学习成果：知道产品生命周期理论的内容和网络营销渠道；运用网络定价策略和促销形式

核心知识点：网络产品与价格策略、网络促渠道与销策略

能力要求：掌握网络营销策略理论并设计出一份策略方案

教学难点：如何根据个案，分析网络营销策略

第九单元 网络品牌建设

第一节 网络品牌概述

第二节 网络品牌构建

第三节 网络品牌推广

第四节 网络品牌资产

预期学习成果：运用理论知识如何推广网络品牌

核心知识点：网络品牌的特征以及资产构成要素

能力要求：分析某企业产品的网络品牌建立与推广

教学难点：设计并推广网络品牌

第十单元 网络营销效果评估

第一节 网络营销效果评估概述

第二节 网络营销效果评价指标体系

预期学习成果：掌握几种基于不同营销方法的评价指标体系

核心要求：网络营销效果的评估方法

能力要求：分析某企业的网络营销评估工作

教学难点：理解网络营销评估的步骤并运用到案例中

第十一单元 全媒体营销

第一节 传统网络营销

第二节 移动网络营销

第三节 口碑营销

第四节 大数据营销

预期学习成果：知道各种营销的特点以及方法

核心要求：理解口碑营销与大数据营销的方法

能力要求：运用理论知识分析个案的媒体营销

教学难点：分析个案企业所使用的营销方法

(二) 教学单元对课程目标的支撑关系

课程目标 教学单元	1	2	3	4	5	6
第一单元 网络营销概述 第一节 网络营销的概念与特点 第二节 新形势下的网络营销 第三节 网络营销的内容及流程 第四节 网络营销的理论基础	√	√	√			
第二单元 基于数据网络营销分析预测 第一节 明确分析目标 第二节 充分利用各类信息数据 第三节 网络市场调研概述 第四节 网络市场调研过程与方法 第五节 网络调研问卷 第六节 数据库营销 第七节 大数据分析手段			√	√		
第三单元 网络市场和网络消费者分析 第一节 网络市场 第二节 网络消费者		√	√	√		
第四单元 网络战略营销 第一节 网络营销战略 第二节 网络市场细分 第三节 网络目标市场选择 第四节 网络市场定位	√	√	√	√	√	
第五单元 网络客户体验 第一节 客户体验及网络客户体验概述 第二节 客户体验要素 第三节 客户体验三阶段 第四节 客户体验设计流程	√	√	√			

第六单元 网络界面设计 第一节 网络界面功能和站点分类 第二节 界面设计要素			√	√		
第七单元 网络客户关系 第一节 网络客户关系概述 第二节 客户关系管理相关理论 第三节 客户生命周期 第四节 客户关系管理评测工具与指标 第五节 最大化客户终身价值	√	√	√			
第八单元 网络营销策略设计 第一节 网络产品策略 第二节 网络价格策略 第三节 网络渠道策略 第四节 网络促销策略 第五节 网络社区策略	√	√	√	√		
第九单元 网络品牌建设 第一节 网络品牌概述 第二节 网络品牌构建 第三节 网络品牌推广 第四节 网络品牌资产	√	√	√	√		√
第十单元 网络营销效果评估 第一节 网络营销效果评估概述 第二节 网络营销效果评价指标体系	√		√	√	√	√
第十一单元 全媒体营销 第一节 传统网络营销 第二节 移动网络营销 第三节 口碑营销 第四节 大数据营销			√	√	√	√

(三) 课程教学方法与学时分配

教学单元	教与学方式	考核方式	学时分配
------	-------	------	------

			理论	实践	小计
第一单元 网络营销概述	讲授法	考查	2		2
第二单元 基于数据网络营销分析预测	讲授法与案例教学	考查	3		3
第三单元 网络市场和网络消费者分析	讲授法与案例教学	考查	2		2
第四单元 网络战略营销	讲授法与案例教学	考查	4		4
第五单元 网络客户体验	讲授法与案例教学	考查	2		2
第六单元 网络界面设计	讲授法与案例教学	考查	2		2
第七单元 网络客户关系	讲授法与案例教学	考查	3		3
第八单元 网络营销策略设计	讲授法与案例教学	考查	4		4
第九单元 网络品牌建设	讲授法与案例教学	考查	4		4
第十单元 网络营销效果评估	讲授法与案例教学	考查	3		3
第十一单元 全媒体营销	讲授法与案例教学	考查	3		3
合计			32		32

(四) 课内实验项目与基本要求

序号	实验项目名称	目标要求与主要内容	实验时数	实验类型
1				
2				
3				

实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④复合型

四、课程思政教学设计

1. 从旅游管理专业领域出发，引导学生拥有正确的商务价值观，提升学生的商务法律意识。
2. 结合电子商务专业与文综课程的课程学习要求，针对热点问题探析解决办法，引导学生树立正确的价值观世界观，形成科学的思维方式。
3. 通过本课程的实践（案例分析），在已有的研究成果上，提升学生的创新能力，激发学生的科研潜力和对专业知识的自学欲望，从而提升学生的人文素养与信息素养。

五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标						合计
			1	2	3	4	5	6	
X1	60%	随堂测试	40	60					100
X2	25%	网络营销项目策划个人报告	40	40		20			100
X3	15%	平时表现		30	50			20	100

评价标准细则（选填）

考核项目	课程目标	考核要求	评价标准			
			优 100-90	良 89-75	中 74-60	不及格 59-0
X1	1	全面掌握网络营销理论基础知识	在随堂测试中，对各单元的知识掌握程度全面达到预期学习结果，错误率在10%以下	在随堂测试中，对各单元的知识掌握程度较好并达到预期学习结果，错误率在20%左右	在随堂测试中，对各单元的知识掌握程度基本达到预期学习结果，错误率在30%左右	在随堂测试中，对各单元的知识掌握程度达不到预期学习结果，错误率在40%以上
X1	2	在所学的理论知识基本之下，对当下各种网络营销现象进行思考与分析根据企业营销目标进行制定网络营销战略与策划	在掌握各单元知识的基础之上，具有进一步创新性的策划一份网络营销策略超过90%	在掌握各单元知识的基础之上，能够进行一份网络营销策划的超过75%	在掌握各单元知识的基础之上，能够大概的做出一份网络营销策划超过60%	在没掌握各单元知识且没能够进一步策划出一份网络营销的低于60%
X2	1	全面掌握网络营销理论基础知识	在掌握各单元知识的基础之上，以小组为单位进行网络	在掌握各单元知识的基础之上，以小组为单位按照标准	在掌握各单元知识的基础之上，以小组为单位简单的进	在没有掌握各单元知识且以小组为单位没有进一步按照

			营销设计且具有创新性超过90%	进行网络营销设计出来的超过75%	行网络营销设计出来超过60%	步骤设计网络营销的低于60%
X2	2	在所学的理论知识基本之下,对当下各种网络营销现象进行思考与分析根据企业营销目标进行制定网络营销战略与策划	在掌握各单元知识的基础之上,以小组为单位具有进一步创新性的策划一份网络营销策略超过90%	在掌握各单元知识的基础之上,以小组为单位能够进行一份网络营销策划的超过75%	在掌握各单元知识的基础之上,以小组为单位能够大概的做出一份网络营销策划超过60%	以小组为单位,在没掌握各单元知识且没能够进一步策划出一份网络营销的低于60%
X2	4	培养学生网络营销的实用技能基于网络营销的常用工具和基本方法体系,具备企业网络营销运营实施的能力。	结合本课程的所学内容且在正确理解网络营销理论基础,能够准确地应用常用工具和方法且具备网络营销运营实施的能力的达到90%以上	结合本课程的所学内容且在正确理解网络营销理论上,能够会应用工具和方法且具备网络营销运营实施的能力的超过75%	结合本课程的所学内容且在正确理解网络营销理论上,能够简单应用工具和方法且具备网络营销运营实施的能力超过60%	结合本课程的所学内容且在理解网络营销理论上,不能够应用工具和方法且具备网络营销运营实施的能力未达到60%
X3	2	在所学的理论知识基本之下,对当下各种网络营销现象进行思考与分析根据企业营销目标进行制定网络营销战略与策划	在掌握各单元知识的基础之上,平时课堂讨论或问答的时候具有进一步创新性的网络营销的研究超过90%	在掌握各单元知识的基础之上,平时课堂讨论或问答时能够理解网络营销策划的超过75%	在掌握各单元知识的基础之上,平时课堂讨论或问答时能够大概理解网络营销策划超过60%	在没掌握各单元知识且没能够参与讨论且问答时表现低于60%
X3	3	利用最新的网络营销工具与技能,增强学生对顺应时代的网络营销平台和工具进行应用	结合各单元知识与专业知识,能熟练运用各种数据库进行应用网络营销平台和工具的正确率超过90%	结合各单元知识与专业知识,能会运用各种数据库进行应用网络营销平台和工具的正确率超过75%	结合各单元知识与专业知识,简单的运用各种数据库进行应用的正确率超过60%	结合各单元知识与专业知识,仍不能运用各种数据库且应用的正确率低于60%
X3	6	提高学生信息安全意识并自觉维护和遵守	结合本课程的所学内容且在正确应用的基础	结合本课程的所学内容且在正确应用的基础	结合本课程的所学内容且在正确应用的基础	结合本课程的所学内容且在正确应用基础

		信息道德。	础上，能够提高学以致用的能力且具有正确的价值观商业伦理观达到90%以上	础上，能够提高学以致用的能力且具有正确的价值观商业伦理观达到75%左右	础上，能够提高学以致用的能力且具有正确的价值观商业伦理观超过60%	上，能够提高学以致用的能力且具有正确的价值观商业伦理观未达到60%
--	--	-------	-------------------------------------	-------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

六、其他需要说明的问题