

上海建桥学院课程教学进度计划表

一、基本信息

课程代码	2060564	课程名称	网络营销
课程学分	2	总学时	32
授课教师	胡元元	教师邮箱	oliv1991113@163.com
上课班级	旅游管理 B21-1、2 班 (本科), B21-1、2 班 (专升本)	上课教室	商学院 112
答疑时间	周一上午 10:15		
主要教材	《网络营销》华迎、ISBN 978-7-04-054473-2、高等教育出版、2020.07 (2023.7 重印)		
参考资料	【网络营销基础与实践, 冯英健主编, 清华大学出版社, 2016 年 9 月出版】 【网络营销学, 王永东、荆浩、安玉新主编, 清华大学出版社, 2018 年 7 月出版】		

二、课程教学进度

周次	教学内容	教学方式	作业
1	第一单元 网络营销概述 (主要讲解网络营销的定义以及基本理论基础)	讲课	解答课后习题的第一、三题目
2	第二单元 基于数据网络营销分析预测 1 (主要讲解网络市场调研方法)	讲课	解答课后习题的第一、二、三题
3	第二单元 基于数据网络营销分析预测 2 (主要讲解网络调研问卷的设计与数据分析)	讲课	解答课后习题的第四题
4	第三单元 网络市场和网络消费者分析 (主要讲解分析各个阶段的网络向消费者购买决策过程并讲解如何利用大数据, 分析网络市场的趋势以及消费者购买决策的因素)	讲课	解答课后习题的第一、二、四题以及思考题
5	第四单元 网络战略营销 1 (主要讲解网络营销战略目标与重点)	讲课、讨论	选择个人感兴趣的主体企业, 分析其网络营销战略并写成报告

注: 课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上, 并发送到教务处存档。

			上交
6	第四单元 网络战略营销 2 (主要讲解并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)	讲课、讨论	运用网络市场细分标准对某类网络消费市场(自由选择)进行市场细分并写成报告上交
7	第五单元网络客户体验与第六单元网络界面设计 (主要讲解客户体验要素与三个阶段,以及界面设计的三个要素)	讲课、讨论	第五单元课后习题第一、二题目以及第六单元课后元第三题目
8	第七单元 网络客户关系 (重点讲解客户生命周期的各阶段和计算客户终身价值,以及主要分析 4P、4C、4R 营销理论)	讲课、讨论	课后习题第一、二、四题目以及思考题第一题目
9	第八单元 网络营销策略设计 1 (主要讲解产品生命周期理论的内容和网络营销渠道)	讲课、讨论	课后习题第一、二题目
10	第八单元 网络营销策略设计 2 (主要讲解网络定价策略和促销形式以及根据个案,分析其定价策略以及促销形式的优缺点))	讲课、讨论	课后习题第三、四题目以及思考题第一题目
11	第九单元 网络品牌建设 1 (主要讲解网络品牌的特征以及构成资产的要素)	讲课、讨论	课后习题第一、二、三题目
12	第九单元 网络品牌建设 2 (根据三个案例分析,运用理论知识来实操网络品牌的建立与推广)	讨论、实验	课后思考题第一题
13	第十单元 网络营销效果评估 (主要讲解几种基于不同营销方法的评价指标体系,以及根据个案利用这几种评价指标来分析其效果)	讲课、案例、讨论	课后习题第二题
14	第十一单元 全媒体营销 (主要讲解各类媒体营销的特点以及利用大数据和新媒体,做网络营销的策划)	讲课、案例、讨论	课后习题第一、三题目
15	网络营销实践 1 (根据所学内容,建立虚拟主题企业来设计网络营销策划)	实验	选择个人感兴趣的主体企业,进行网络营销策划优化模并写成报告上交

注:课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上,并发送到教务处存档。

16	网络营销实践 2 (根据所学内容, 选取现有的小众企业做网络营销优化)	实验	建立虚拟项目产品, 设计网络营销策划方案并写成报告上交
----	--	----	-----------------------------

三、评价方式以及在总评成绩中的比例

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
X1	随堂测试	60%
X2	营销项目策划个人报告	25%
X3	平时表现	15%

任课教师: 胡元元

系主任审核: 江

日期: 2024.03