
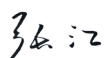


## 《 网络营销 》 本科课程教学大纲

## 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	1060044	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	24	实践学时	8
开课学院	商学院电子商务系	适用专业与年级		工商管理 5-7 (专升本)	
课程类别与性质	专业选修课	考核方式		考查课	
选用教材	《网络营销》，华迎主编，ISBN 978-7-04-054473-2 高等教育出版社，2023-07 第二版			是否为马工程教材	否
先修课程	电子商务概论 1060042 (2)				
课程简介	<p>网络营销主要学习网络营销的基本理论、网络营销的各项策略以及其应用，是理论与实践结合比较紧密的课程。通过本课程的教学，使学生对网络营销的理论体系有一个系统的了解，对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、内容与方法、工具和手段、战略与策略等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。本课程旨在培养学生掌握“互联网+”时代开展网络营销的基本理论、流程和方法，更好地了解网络消费者的需求及行为；基于互联网创造并传递价值，构建、维系和发展高质量顾客关系，获取持续竞争优势；具备互联网思维和从事网络营销活动的综合素质和能力。</p>				
选课建议与学习要求	<p>本课程适合工商管理专业专升本的学生在熟悉电子商务的理论基础之上，学习相关的市场营销基本理论，掌握基本方法后，在第二学期选择该门课程学习。</p>				
大纲编写人			制/修订时间	2024.3	
专业负责人			审定时间	2024.3	

学院负责人	尹卫华	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	了解网络营销的基本概念、原理和策略。掌握目标受众定位和 market 分析方法。
	2	掌握目标受众定位和 market 分析方法。
技能目标	3	能够制定并执行有效的网络营销策略。
	4	具备 market 分析和用户调研的能力，能够利用各种工具和技术进行数据分析。
素养目标 (含课程思政目标)	5	培养学生的社会责任感和道德观念，注重企业的可持续发展和社会贡献。
	6	培养学生的批判性思维和判断力，使其能够审视网络营销活动中的道德和法律问题，遵守相关规范和法律法规

### (二) 课程支撑的毕业要求

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。 ①爱党爱国, 坚决拥护党的领导, 热爱祖国的大好河山、悠久历史、灿烂文化, 自觉维护民族利益和国家尊严。
L02 专业能力: 具有人文科学素养, 具备从事某项工作或专业的理论知识、实践能力。 ①具有专业所需的人文科学素养。
L06 协同创新: 同群体保持良好的合作关系, 做集体中的积极成员, 善于自我管理和团队管理; 善于从多个维度思考问题, 利用自己的知识与实践来提出新设想。 ④了解行业前沿知识技术。

### (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	①	H	5. 培养学生的社会责任感和道德观念, 注重企业的	50%

			可持续发展和社会贡献。	
			6. 培养学生的批判性思维和判断力,使其能够审视网络营销活动中的道德和法律问题,遵守相关规范和法律法规	50%
L02	①	M	1. 了解网络营销的基本概念、原理和策略。	50%
			2. 掌握目标受众定位和市场分析方法。	50%
L04	④	M	3. 能够制定并执行有效的网络营销策略。	50%
			4. 具备市场分析和用户调研的能力,能够利用各种工具和技术进行数据分析。	50%

### 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

<p>第1单元 网络营销概述</p> <p>教学内容:</p> <p>1.1 网络营销的概念与特点</p> <p>1.2 新形势下的网络营销</p> <p>1.3 网络营销的内容及流程</p> <p>1.4 网络营销的理论基础</p> <p>知识要求:</p> <p>掌握网络营销的基本概念与特点</p> <p>理解网络营销的产生与发展</p> <p>了解网络营销的内容与流程</p> <p>理解网络营销的基本理论</p> <p>能力要求: ① 熟悉网络营销的核心内容、核心概念</p> <p>② 了解网络营销的内容与流程</p> <p>③ 理解网络营销的理论基础</p> <p>教学重点: 网络营销的基本概念与特点; 网络营销的基本理论</p> <p>教学难点: 网络营销的内容与流程</p>
<p>第2单元 基于数据的网络营销分析预测</p> <p>教学内容:</p> <p>2.1 明确分析目标</p> <p>2.2 充分利用各类信息数据</p> <p>2.3 网络市场调研概述</p> <p>2.4 网络市场调研过程及方法</p> <p>2.5 网络调研问卷</p> <p>知识要求:</p> <p>了解基于数据的网络营销分析预测的基本内容</p>

掌握网络市场调研的内涵、过程和方法

掌握网络调研问卷的设计方法

能力要求:

① 能够针对产品进行相关的问卷调研。

教学重点: 网络市场调研的内涵、过程和方法

教学难点: 网络调研问卷的设计

### 第3单元 网络市场和网络消费者分析

教学内容:

3.1 网络市场

3.2 网络消费者

知识要求:

了解网络市场的基本概念与特点

理解网络消费者的需求特点

了解网络消费者购买行为影响因素

理解网络消费者购买动机

掌握网络者购买决策过程内容

能力要求:

① 能够对目标顾客群体进行购物行为分析。

教学重点: 影响网络消费者购买行为的因素

教学难点: 网络消费者购买行为分析。

### 第4单元 网络营销战略

教学内容:

4.1 网络营销战略目标

4.2 网络市场细分

4.3 网络目标市场选择

4.4 网络市场定位

知识要求:

了解网络营销战略内涵、目标及重点

掌握网络市场细分标准

理解网络目标市场选择

理解网络市场定位概念

掌握网络市场定位策略

能力要求:

① 能够根据市场需求进行市场细分和选择定位。

教学重点: 网络营销战略

教学难点: 网络市场的分析和定位。

### 第5单元: 网络营销策略设计 (1)

教学内容:

5.1 网络产品策略

5.2 网络价格策略

知识要求:

了解产品、产品组合的内涵; 掌握产品的生命周期理论; 了解新产品开发策略; 了解网

络品牌策略

理解网络价格的影响因素；了解网络价格策略

能力要求：

- ① 能够根据产品生命周期设计相应的产品策略
- ② 能够对网络产品进行定价策略分析。

教学重点：网络产品策略、网络价格策略

教学难点：产品生命周期理论、影响网络价格的因素

第6单元 网络营销策略设计（2）

教学内容：

6.1 网络渠道策略

6.2 网络促销策略

6.3 网络社区策略

知识要求：

理解网络渠道的模式；掌握网络直接营销渠道与网络间接营销渠道

了解网络促销的内涵和方法；掌握自有媒体、付费媒体与口碑媒体的区别；了解网络公关

了解网络营销社区的内涵；理解意见领袖与口碑传播

能力要求：

- ① 能够制订网络渠道策略和网络促销策略
- ② 能运用网络营销社区策略推广营销效果

教学重点：网络营销渠道知识；网络促销形式；网络社区营销的类型

教学难点：网络营销渠道建设；网络公关策略的实施；网络社区营销的创新发展趋势

第7单元 网络界面设计

教学内容：

7.1 网络界面功能和站点分类

7.2 页面设计要素

知识要求：

理解网络界面的功能

了解网络营销站点的分类

掌握网络界面设计的要素

能力要求：

- ① 运用通过设计网络界面吸引目标细分市场客户，传递企业核心价值观。

教学重点：网络界面的主要功能和网络站点的不同类型

教学难点：网络站点界面设计的原则

第8单元 网络客户关系

教学内容：

8.1 网络客户关系概述

8.2 客户关系管理相关理论

8.3 客户生命周期

8.4 客户关系管理评测工具与指标

知识要求：

掌握网络客户关系的定义

理解提升网络客户关系的意义

了解客户关系管理相关理论

掌握客户生命周期各阶段

客户关系管理评测工具与指标

能力要求:

① 学生能够在网络环境下,判断企业根据产品/服务属性以及客户的定位,选择与客户建立某种形式的关系。

教学重点: 客户关系管理相关理论

教学难点: 客户生命周期的基本模式; 客户关系管理评测工具与指标

## 第9章 网络品牌建设

教学内容:

9.1 网络品牌概述

9.2 网络品牌构建

9.3 网络品牌推广

9.4 网络品牌资产

知识要求:

了解网络品牌的重要性

理解网络品牌的特征

掌握网络品牌的建设原则

了解网络品牌的推广过程

掌握网络品牌资产的构成要素

能力要求:

① 利用不同的方式为企业和产品树立良好的形象,并把产品进行推广

教学重点: 网络品牌的推广方式和步骤

教学难点: 网络品牌构建步骤

## 第10单元 全媒体营销

教学内容:

10.1 传统网络营销

10.2 移动网络营销

10.3 口碑营销

知识要求:

了解传统网络营销、移动网络营销常用的工具和方法

理解电子邮件营销、搜索引擎营销的特点;

掌握微信营销、微博营销的策略及方法

了解口碑营销的概念及步骤

能力要求:

① 学生应学会根据产品或服务特点,结合不同媒体平台的特点,制定全媒体营销策略

教学重点:

全媒体营销的本质和特点,包括多渠道、多维度、融合传播等。

学生需要了解不同媒体平台的特点和使用方法,以及如何进行内容创作和传播。

教学难点:

理解和实际操作跨媒体整合营销的复杂性,包括信息传递的一致性、用户体验的统一性

等。
----

### (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1单元网络营销概述	√				√	
第2单元基于数据的网络营销分析预测		√		√		
第3单元网络市场和网络消费者分析		√	√			√
第4单元网络营销战略		√	√	√		
第5单元：网络营销策略设计（1）		√	√	√		
第6单元：网络营销策略设计（2）			√	√		
第7单元网络界面设计			√		√	
第8单元网络客户关系			√	√	√	
第9章网络品牌建设	√	√				√
第10单元 全媒体营销		√	√	√		

### (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1单元网络营销概述	教师讲授、学生小组讨论	课堂讨论、课后作业	2	0	2
第2单元基于数据的网络营销分析预测	教师讲授、学生讨论、课堂练习及大作业	课堂发言、作业报告	2	2	4
第3单元网络市场和网络消费者分析	课堂讲解、案例分析、学生讨论	课堂发言、案例分析	2	0	2
第4单元网络营销战略	教师讲授、案例分析讨论	案例分析、课堂作业	2	2	4
第5单元：网络营销策略设计（1）	教师讲授、学生讨论、案例分析	课堂发言、案例分析、课后作业	2	2	2
第6单元：网络营销策略设计（2）	教师讲授、学生讨论、案例分析	课堂表现、案例分析、营销策划报告	2	2	2
第7单元网络界面设计	课堂讲解、图片展示、学生讨论	课堂讨论、课后作业	2		4
第8单元网络客户关系	案例分析、教师讲授、学生讨论	课堂发言、案例分析	4	0	4
第9章网络品牌建设	教师讲授、学生讨论	课堂发言、课堂作业	4	0	2
第10单元 全媒体营销	教师讲授、案例分析、学生讨论	课堂发言、案例分析	2	0	2
合计			24	8	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	网络调研	选定某类产品，调研该产品的市场情况和消费者特点	2	③
2	网络营销策划及实施	选定一个产品（或服务），撰写网络营销策划书，并初步实施	4	④

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. 强化法律法规教育：在网络营销课程中，要加强对网络法律法规的讲解和学习，让学生了解网络营销活动的合法性要求，培养合规经营的意识。
2. 注重伦理道德教育：引导学生遵守商业道德和行业规范，防止不正当竞争和虚假宣传行



为，培养良好的职业操守和社会责任感。

3. 强调信息安全教育：提醒学生注意网络信息安全，了解网络诈骗和隐私保护等问题，培养正确使用网络资源的意识和技能。

4. 倡导创新思维和创业精神：鼓励学生在网络营销领域积极创新，培养创业意识和创新能力，引导学生将创新与社会发展相结合。

5. 关注社会热点与公共事件：引导学生关注当前社会热点和公共事件，通过案例分析等方式讨论相关网络营销策略和影响，培养学生的社会责任感和公民意识。

6. 引导学生正确使用网络营销工具：教育学生正确使用网络营销工具和技术，避免滥用和侵犯用户权益，培养对用户体验和数据保护的重视。

通过在网络营销课程中注入思政教育元素，可以帮助学生形成正确的价值观和行为准则，培养他们成为具有社会责任感和创新精神的网络营销专业人才。在教学过程中，教师应注重引导学生思考与讨论，提供案例分析和实践活动，引导学生将所学知识与实际问题相结合，培养综合素质和解决问题的能力

## 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%	随堂测验	20	30	30	20			100
X2	25%	网络营销策划报告	20	20	50			10	100
X3	15%	平时表现	10	10	10	10	30	30	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					
X2	2					
X3	3					

## 六、其他需要说明的问题

