

## 课程教学进度计划表

## 一、基本信息

课程名称	数字营销				
课程代码	1060159	课程序号	1634	课程学分/学时	2/32
授课教师	李朔	教师工号	24109	专/兼职	专职
上课班级	工商管理 B22-3 (专升本)	班级人数	26	上课教室	二教 402
答疑安排	周三下午第 7、8 节				
课程号/课程网站	<a href="https://www.icourse163.org/shortUrl/parse/cEdBa">https://www.icourse163.org/shortUrl/parse/cEdBa</a>				
选用教材	《数字营销——新时代市场营销学》作者:王永贵 项典典; ISBN: 978-7-04-060008-7; 出版社:高等教育出版社; 出版时间:2023 年 04 月				
参考教材与资料	《数字营销》, 彭英, 清华大学出版社				

## 二、课程教学进度安排

周次	教学内容	教学方式	作业
1、2	<b>第一章 数字化与数字营销</b> 数字化的定义与演变 数字营销的基本概念、特点与优势 传统营销与数字营销的对比	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
3	<b>第二章 数字营销环境分析</b> 数字营销的宏观环境分析(政治、经济、社会、技术) 数字营销的中观环境分析(行业结构、竞争态势) 数字营销的微观环境分析(目标市场、消费者行为)	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
4	<b>第三章 数字营销中的消费者旅程分析</b> 数字化时代消费者的特征与行为模式 消费者旅程的概念、阶段与触点 消费者旅程图的绘制与应用	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题

5	<b>第四章 数字营销洞察系统</b> 营销信息系统的概念与构成 数字营销洞察系统的特点与优势 数字营销洞察的工具与方法	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
6	<b>第五章 数字营销组合策略</b> 数字营销中的产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略 数字营销组合策略的制定原则与方法 数字营销组合策略的评估与调整	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
7	<b>第六章 大数据营销</b> 大数据的定义与特点 大数据在营销中的应用场景 大数据营销的实施流程与注意事项	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
8	<b>第七章 内容营销</b> 内容营销的定义与类型 内容营销的实施流程与工具 内容营销中的关键问题与解决方案	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
9	<b>第八章 社交媒体营销</b> 社交媒体营销的定义与类型 社交媒体营销的实施流程与工具 社交媒体营销中的典型误区与应对策略	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
10	<b>第九章 移动营销</b> 移动营销的定义与特点 移动营销的实施流程与工具 移动营销中的关键问题与应对策略	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
11	<b>第十章 视频营销</b> 视频营销的定义与类型 视频营销的实施流程与工具 视频营销的效果评估与优化策略	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
12	<b>第十一章 直播营销</b> 直播营销的定义与类型 直播营销的实施流程与策略 直播营销中的问题与应对方案	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
13	<b>第十二章 数字化顾客关系管理</b> 数字化顾客关系管理的定义与特点 顾客获取、挽留与深度开发的策略 数字化顾客关系管理工具与平台	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题

14	<b>第十三章 数字化品牌管理</b> 数字化时代的品牌塑造与传播策略 品牌危机管理与应对策略 数字化品牌管理工具与平台	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
15、 16	<b>第十四章 人工智能营销</b> 人工智能营销的定义与特点 人工智能在营销中的应用场景 人工智能营销的实施流程与关键技术	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
周次	教学内容	教学方式	作业

## 三、考核方式

总评构成	占比	考核方式	课程目标						合计
			1	2	3	4	5	6	
X1	40%	小论文：数字技术赋能下的营销策划方案	20	10	40	20	10		100
X2	20%	考勤					100		100
X3	10%	课堂表现					70	30	100
X4	30%	小组作业：数字营销案例分析	40	40				20	100

任 课 教 师：李翔 日期：2025 年 2 月 10 日

系 主 任 审 核：[Signature] 日期：2025 年 2 月 15 日

院 领 导 审 核：尹卫华 日期：2025 年 2 月 20 日