

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	网络营销				
课程代码	1060044	课程序号	1822	课程学分/学时	2/32
授课教师	夏金涛	教师工号	23097	专/兼职	专任教师
上课班级	工商管理 B21- (5-7) (专升本)	班级人数	80	上课教室	商学院 123
答疑安排	周三 5-8 节				
课程号/课程网站					
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				
参考教材与资料	(1) 《网络营销》，潘勇 著，ISBN: 9787302606123。清华大学出版社，2022 (2) 《网络营销》第三版，酆瞻著，ISBN: 9787302646594，清华大学出版社，2023				

二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	第1单元 网络营销概述 1.1 网络营销的概念与特点 1.2 新形势下的网络营销 1.3 网络营销的内容及流程 1.4 网络营销的理论基础	课堂讨论、课后作业	单元练习
2	2	第2单元 基于数据的网络营销分析预测 (1) 2.1 明确分析目标 2.2 充分利用各类信息数据	课堂发言、课后作业	单元练习
3	2	第2单元 基于数据的网络营销分析预测 (2)	课堂讨论、课后作业	调查问卷的设计

		2.3 网络市场调研概述 2.4 网络市场调研过程及方法 2.5 网络调研问卷		
4	2	课内实验:根据选定的产品(或服务)进行网络调研活动。	课内实验法	调研报告
5	2	第3单元 网络市场和网络消费者分析 3.1 网络市场 3.2 网络消费者	课堂发言、案例分析	单元练习
6	2	第4单元 网络营销战略(1) 4.1 网络营销战略目标 4.2 网络市场细分	案例分析、课堂作业	单元练习
7	2	第4单元 网络营销战略(2) 4.3 网络目标市场选择 4.4 网络市场定位	课内实验法	单元练习
8	2	第5单元 网络营销策略设计(1) 5.1 网络产品策略 5.2 网络价格策略	课堂发言、案例分析、 课后作业	单元练习
9	2	第6单元 网络营销策略设计(2) 6.1 网络渠道策略 6.2 网络促销策略 6.3 网络社区策略	课内实验法	单元练习
10	2	课内实验: 网络营销策略及推广方案策划报告	课内实验法	营销策划报告
11	2	第7单元 网络界面设计 7.1 网络界面功能和站点分类 7.2 页面设计要素	课堂讨论、课后作业	单元练习
12	2	第8单元 网络客户关系(1) 8.1 网络客户关系概述 8.2 客户关系管理相关理论	课堂发言、案例分析	单元练习
13	2	第8单元 网络客户关系(2) 8.3 客户生命周期 8.4 客户关系管理评测工具与指	课堂讨论、课后作业	单元练习

		标		
14	2	第9单元 网络品牌建设 (1) 9.1 网络品牌概述 9.2 网络品牌构建	教师讲授、课堂发言、 课堂作业	单元练习
15	2	第9单元 网络品牌建设 (2) 9.3 网络品牌推广 9.4 网络品牌资产	课堂发言、案例分析	单元练习
16	2	第10单元 全媒体营销 10.1 传统网络营销 10.2 移动网络营销 10.3 口碑营销	课堂发言、案例分析	单元练习

三、考核方式

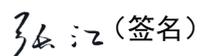
总评构成	占比	考核方式
X1	60%	随堂测验
X2	25%	网络营销策划报告
X3	15%	平时表现

任课教师:



(签名)

系主任审核:



(签名)

日期: 2024.03