

《网络营销—策划与推广》课程标准

课程名称：网络营销—策划与推广

适用专业：电子商务、市场营销、跨境电商、国际商务、连锁经营管理

开设学期：第二学年第二学期

学 时：54

学 分：3

一、课程性质及作用

本课程是电子商务、市场营销专业的一门专业核心课程。通过本课程学习，使学生能分析、策划、执行企业网络营销活动过程中的常规性营销策划与推广，具备从事网络营销具体业务工作的入门职业能力，进而为其在相关岗位就业或行业职业技能的进阶学习奠定基础。

基于许多院校电子商务专业未系统开设市场营销、消费者行为分析、网络公共关系等基础课程，本课程兼顾了市场营销基本原理、传播思维的传授，以及网络营销活动中具体方式的组织与策划。

本课程的先导课程有：《市场营销基础》《电子商务概论》、《消费者行为分析》等，后续课程有《新媒体营销》《网店运营》《商务数据分析》《毕业综合实践》等。

二、课程思路

1. 依据电子商务、市场营销专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求，对网络推广、网络营销策划等岗位所需要的知识、技能和素质进行梳理。

2. 将学科型课程体系转化为任务引领型课程体系，紧紧围绕完成工作任务的需要来选择课程内容。

3. 将知识学科本位转化为职业能力本位，从“任务与职业能力”分析出发，设定课程能力培养目标。

4. 将书本知识的传授转化为动手能力的培养，以“任务、实训”为主线，创设工作情景，通过训练，使学生掌握初步的网络营销策划的细节。

5. 遵循高等职业院校学生的认知规律和任务导向思想，本课程以网络营销策划的要素和主要方式为载体，注重网络营销策划过程中的市场营销思维、市场营销基本原理与技术的运用。

三、课程目标

1.知识目标

（1）了解病毒式营销的含义与原理；熟悉病毒营销的特点；掌握病毒营销策划的基本方法、内容、技巧；掌握对病毒营销效果进行监测和评估的工具和方法。

（2）了解事件营销运作的含义、原理，熟悉事件营销的特点，掌握事件营销策划的基本方法、

内容、技巧，掌握事件营销效果进行监测和评估工具和方法。

(3) 了解微博、微信营销的含义与特点，掌握微博、微信营销的方法和技巧；熟悉主流社交类应用。

(4) 了解网络营销策划的概念、内涵，熟悉网络营销策划的步骤，掌握品牌营销策划过程和网络营销品牌营销策划步骤；掌握网站推广策划思路；了解网站推广评估指标，掌握网站推广评估工具。

2.技能目标

(1)能够结合自身特点和网络营销岗位设计自己的职业发展规划，能够正确理解网络营销内涵，能够准确认知网络营销岗位职业成长。

(2)能够设计策划病毒营销和事件营销方案，能够诊断网络营销优化现状并提出解决方案，能够对营销效果进行监测和评估。

(3)能够设计微博、微信营销方案，能够对社会媒体营销的效果进行监测和评估。

(4)能够针对企业目标，策划企业网络营销策划案并撰写网络营销策划书；进行网络品牌营销策划并制定品牌营销方案，能够对品牌营销效果进行评估；能够撰写网站推广策划执行方案，能够对网站推广效果进行评估并找出针对性推广方法。

3.素质目标

(1)树立网络营销岗位的职业规划意识和网络营销意识；

(2)树立搜索引擎营销意识，构建搜索引擎营销方法体系，培养搜索引擎文案、网络广告、销售文案等写作能力；

(3)养成社会化媒体互动沟通能力，形成通过社会化媒体传播品牌和信息的意识和能力，并积累相应的网络资源；

(4)养成团队协作能力、网络文案传播能力、品牌意识和品牌传播能力；

(5)养成随机应变的综合能力、对网民消费心理洞察能力；

(6)养成持续关注互联网热点，对头条事件、娱乐事件、新闻等具备高敏感度和洞察的能力；

(7)养成网络营销创新思维。

四、课程内容安排与要求

1. 课程内容安排

序号	授课时间	任务名称	参考学时
1	3月1日-3月11日	网络营销基础	5
2	3月15日-3月19日	网络营销活动准备	4
3	3月22日-3月31日	搜索引擎营销	6

4	4月1日-4月8日	网络广告营销	5
5	4月12日-4月22日	网络视频营销	5
6	4月26日-4月30日	网络软文营销	5
7	5月6日-5月13日	网络病毒式营销	5
8	5月17日-5月27日	网络事件营销	5
9	3月31日-6月10日	新媒体营销	6
10	6月15日-6月24日	网络营销策划	8

2. 课程内容要求

任务7	网络病毒式营销	学时	5
学习目标	掌握网络病毒式营销的含义与原理；能够制定合理的病毒式营销策划方案与策略		
学习内容		教学方法和建议	
(1) 网络病毒式营销的含义与特点； (2) 网络病毒式营销的运作原理； (3) 网络病毒式营销的方案制订； (4) 网络病毒式营销策略的选择。		在引导教学法下实施任务教学法、分组教学法、案例教学法。	
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求	
(1) 教学课件、视频教学资料、实训设计 (2) 学生用可上网电脑（1台/4人）	(1) 前续课程知识 (2) 网络知识及应用能力 (3) 品牌意识 (4) 推广意识	能根据教学法设计教学情景；能按照设计的教学情境实施教学；能够把握教学过程中出现的偏差，合理引导学生完成任务。	

任务8	网络事件营销	学时	5
学习目标	掌握网络事件营销的含义与特点；理解网络事件营销的运作原理与策略；能编制网络事件营销的整体方案。		
学习内容		教学方法和建议	
(1) 网络事件营销的含义与特点；		在引导教学法下实施任务教	

	(2) 网络事件营销的运作原理; (3) 网络事件营销的内容、方法和程序; (4) 网络事件营销策略选择。	学法、分组教学法、案例教学法。
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求
(1) 教学课件、视频教学资料、实训设计 (2) 学生用可上网电脑 (1 台/4 人)	(1) 前续课程知识 (2) 网络知识及应用能力 (3) 感觉敏锐度高 (4) 洞察网络热点	能根据教学法设计教学情景; 能按照设计的教学情境实施教学; 能够把握教学过程中出现的偏差, 合理引导学生完成任务。

任务 9	新媒体营销	学时	6
学习目标	掌握微博、微信、社群营销的含义与特点; 能将新媒体营销方法创意及策略组合, 策划并撰写营销策划方案		
学习内容		教学方法和建议	
(1) 微博营销策划的程序和方法; (2) 微信营销策划的程序与方法; (3) 社会化媒体营销组合创意与策划。		在引导教学法下实施任务教学法、分组教学法、案例教学法。	
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求	
(1) 教学课件、视频教学资料、实训设计 (2) 学生用可上网电脑 (1 台/4 人)	(1) 前续课程知识 (2) 网络知识及应用能力 (3) 网络新媒体应用 (4) 网络新媒体写作知识	能根据教学法设计教学情景; 能按照设计的教学情境实施教学; 能够把握教学过程中出现的偏差, 合理引导学生完成任务。	

任务 10	网络营销策划	学时	8
学习目标	掌握网络营销策划的含义、要素与流程; 理解品牌营销策划、网站推广策划的要点, 并能编写策划方案		
学习内容		教学方法和建议	

(1) 网络营销策划的程序和方法; (2) 网络品牌营销策划的流程; (3) 网站推广策划的内容、方法和程序; (4) 网络营销整体策划的把握。		在引导教学法下实施任务教学法、分组教学法、案例教学法。
教学媒体与设备	学生已有的知识、能力要求	教师执教能力的要求
(1) 教学课件、视频教学资料、实训设计 (2) 学生用可上网电脑 (1 台/4 人)	(1) 前续课程知识 (2) 网络知识及应用能力 (3) 网络营销策划方案写作 (4) 网络营销整体筹划 (5) 互联网思维	能根据教学法设计教学情景; 能按照设计的教学情境实施教学; 能够把握教学过程中出现的偏差, 合理引导学生完成任务。

五、实施建议

1. 学习材料选用与编写

(1) 教材应依据本课程标准编写, 充分体现任务引领、项目导向课程的设计思想。

(2) 教材应图文并茂, 提高学生的学习兴趣和积极性, 加深学生对营销策划的认识和理解, 教材表达必须精炼、准确、科学。

(3) 教材内容应体现先进性、通用性、实用性, 要将本专业新技术、新思维、新观念、新经验及时地纳入教材, 使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

(4) 教材中的活动设计的项目要具体, 确保教学活动训练到位。

2. 教学组织与设计

(1) 在教学过程中, 应立足于加强学生实际操作能力的培养, 以工作任务引领提高学生学习兴趣, 激发学生的成就动机。

(2) 本课程教学的关键是“理论与实践教学一体化”, 在教学过程中, 教师示范和学生分组讨论、训练互动, 学生提问与教师解答、指导有机结合, 让学生在“教”与“学”的过程中, 掌握网络营销策划的方法与流程。

(3) 在教学过程中, 要创设工作情景, 同时应加大实践实操的容量, 在实践实操过程中提高学生的岗位适应能力。

(4) 在教学过程中, 要应用网络资源、多媒体、投影等教学资源辅助教学, 帮助学生的感性认识与理性认识有良好的结合。

(5) 在教学过程中, 要重视本专业领域新理念发展趋势, 贴近网络营销市场, 为学生提供职业生涯发展的空间, 努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。

(6) 教学过程中教师应积极引导 学生提升职业素养，提高职业道德。

3. 课程考核与评价

(1) 改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程性评价与目标评价相结合，理论与实践一体化的评价模式。

(2) 关注评价的多元性，结合课堂提问、项目成绩、综合测试，全面评价学生成绩。

(3) 应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

(4) 课程总成绩=平时成绩 20%+阶段测验 30%+期末考核 50%。其中：平时成绩包括考勤 30%、作业 30%、课堂表现 40%。

(5) 任务的评分方法在学期初就公布，使学生在 学习过程中就可以对照评价考核标准，努力提高任务完成质量。

4. 课程教学资源使用与建设（包括条件）

(1) 通过完善教学资料不断加强对课程资源和现代化教学资源的开发和利用。例如，应建立完整的教学案例资源库、多采集一些网络营销经典案例等，这些都可以创设生动的模拟场景，激发学生的学习兴趣。

(2) 开展线上教学，学生提前下载电子课件、市场营销案例、习题等大部分资源，使其更好地参考和学习讨论，使课程教学从单一媒体向多种媒体转变。开设网络互动平台，实现学生从被动学习到主动参与 的转变。

(3) 完善多媒体课件，通过声音、画面、图像、文字等多种方式，强化教学的重点与难点内容，此外，可以进行阶段性练习、模拟实验，社会调查等强化教学内容。

(4) 合理利用实训基地资源，实践 产学研结合，给学生提供实习实践机会，加深学生的理性认识；合理利用学校现有实训资源，实现教学与实训的结合，满足学生综合职业能力培养的要求。