

# 《网络营销》课程标准

## 一、课程基本信息

课程名称：网络营销	学 分：3
课程代码：F070100032	学 时：48
先修课程：市场营销实务、市场调查与预测	
后续课程：广告策划、客户关系管理	
适用专业：市场营销	编制人：陈明发
审核人：	制订时间：2017年8月

## 二、课程性质

《网络营销》是市场营销专业的一门专业学习领域必修课程。通过对该课程的教学，旨在互联网络环境下为中小企业培养既有一定网络营销理论基础又有较强网络营销实践技术的技能型人才，实现高职高专人才培养与企业岗位需求的适应性对接，使毕业生更符合企业职业岗位发展的需要。满足广州地区城市圈，辐射珠三角地区对网络营销人才的需求，面向中小企业商务管理、网络营销岗位，着重培养的是掌握互联网技术开展商务活动的营销技能人才。

## 三、课程设计

### （一）课程目标设计

#### 1. 能力目标：

- (1) 能够认知网络营销的基本要素；
- (2) 能够进行网络营销导向型企业网站的建设与推广；
- (3) 能够进行搜索引擎营销；
- (4) 能够进行许可E-mail营销；
- (5) 能够开展博客营销和微博营销；
- (6) 能够进行网络营销目标市场分析；
- (7) 能够适时采用网络营销组合策略；
- (8) 能够开展网络广告投放活动；
- (9) 能够进行网络营销策划；
- (10) 能够进行网店推广与营销。

#### 2. 知识目标：

- (1) 了解网络营销的诞生和发展状况，熟悉网络营销的地位、特点、种类、职能和内容，掌握网络营销流程；
- (2) 了解企业网站设计原则，熟悉企业网站的种类、形式与基本功能，掌握网站建设基本流程、

推广营运及其维护；

(3) 了解搜索引擎营销原理，熟悉搜索引擎营销的主要模式与基本方法，掌握引擎营销效果分析的方法；

(4) 了解许可E-mail营销的基本原理、基本形式和一般过程，熟悉E-mail营销策略、写作原则及效果评价方法；

(5) 熟悉博客与博客营销方法；

(6) 了解网络营销调研的步骤，熟悉网络消费者的特点，掌握网络市场细分与市场定位的方法；

(7) 掌握网络营销组合策略；

(8) 掌握网络广告的具体实施过程；

(9) 掌握网络营销策划方法；

(10) 掌握网店推广与营销的方法。

3. 素质目标：通过该学习领域的学习，促进学生的品性素质和精神素质的提高。

(1) 促进学生在诚实做人、踏实做事、专业信心等方面的基本品性素质；

(2) 促进学生的自然的言谈举止、坦然的心态、让人喜欢与赢得尊重的交往素质；

(3) 促进学生追求目标的毅力，包括职业定位、个人规划、挫折承受力等专业必备素质；

(4) 帮助学生树立勤奋敬业、持之以恒、积极进取、自强不息的向上的精神素质；

(5) 促成学生的洞察力、应变思维、创造性意识、影响他人、网络创业等能力素质；

(6) 学会以团队为学习组织，以客户为中心，学会创新，以他人之长，补己之短。

4. 终极目标：

(1) 能立足行业，在网络市场调研的基础上，能提出网络营销策划创意，撰写相应的网络营销活动策划方案；

(2) 能根据企业开拓网络市场的需要，进行企业形象系统策划；

(3) 能根据职业成长要求，选择合适的项目进行网上创业。

(二) 课程教学活动设计

1、课程内容设计（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	学时
1	能力秀比赛动员与网络营销认知	4
2	网络市场分析	4
3	网络市场选择	4
4	网络营销策略	10
5	网络营销策划与执行	26

合 计	48
-----	----

2、能力训练项目设计（一般指二级项目内容）

编号	能力训练项目名称	学时	能力目标	主要支撑知识	训练方式及步骤	结果（可展示）
1.1	网络营销认知	4	能够认知网络营销的基本要素	1. 了解网络营销的诞生和发展状况； 2. 熟悉网络营销的地位、特点、种类、功能和内容； 3. 掌握网络营销流程。	作业布置、按角色设计进行模拟演练	注册网络营销能力秀比赛； 作业：中国网络营销发展趋势分析
1.2	网络营销环境分析	2	能够进行网络营销环境分析	1. 了解网络营销环境的定义及内容； 2. 了解熟悉网络营销的宏观与微观环境； 3. 了解我国网络营销发展的环境因素。	案例分析与网上查找资料相结合	
1.3	网络市场与网络消费者分析	2	能够对我国网络消费者的消费行为进行分析	1. 了解我国网络消费者的基本情况； 2. 掌握我国网络消费者的基本行为模式。	案例分析与网上查找资料相结合	我国网络市场分析报告
2.1	网络营销调研	2	能够进行网络市场调研	1. 掌握网络营销调研的含义、特点、步骤； 2. 了解网络市场商务信息的分析因素； 3. 掌握常用的网络市场调研方法。	问卷星、调研网等网络调研网站	利用网络调研网站设计调研问卷
2.2	网络市场细分与定位	2	能准确定位网络市场	1. 了解我国网络市场的特征与类型；	案例分析与提问结合	

				<ul style="list-style-type: none"> <li>2. 理解网络市场细分的概念与标准;</li> <li>3. 掌握网络市场细分的方法;</li> <li>4. 理解网络目标市场的选择战略;</li> <li>5. 掌握网络市场定位的方法。</li> </ul>		
3.1	网络营销品牌策略	2	能进行网络品牌的塑造、维护及管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解创立网络品牌的目的和目标;</li> <li>2. 掌握相关的网络品牌的定位;</li> <li>3. 了解并会运用相关知识进行网络品牌的定位。</li> </ul>	案例分析与情境模拟相结合	
3.2	网络营销价格策略	2	会用价格策略进行网络营销	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握网络营销价格策略的概念及特点;</li> <li>2. 理解网络营销价格成本分析;</li> <li>3. 掌握网络营销价格策略;</li> <li>4. 熟悉免费定价策略的内容;</li> <li>5. 理解网络营销价格策略与传统价格策略的区别。</li> </ul>	案例分析与情境模拟相结合	
3.3	网络营销渠道策略	2	会选择合适的网络营销渠道	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解网络营销渠道的概念、特点和功能;</li> <li>2. 理解网络营销渠道与传统渠道的区别;</li> <li>3. 掌握网络直销的含义与实现方式;</li> <li>4. 理解双道法的含义;</li> <li>5. 掌握网络营销渠道的策略;</li> <li>6. 掌握网络营销</li> </ul>	案例分析与情境模拟相结合	

				的物流渠道模式。		
3.4	网络广告与促销策略	2	能够进行网络广告的策划	1. 了解网络广告的特点； 2. 熟悉网络广告的发布形式； 3. 熟悉网络促销的常用形式。	案例分析与情境模拟相结合	网络广告语视频广告
3.5	网络营销服务沟通策略	2	会用网络口碑开展营销	1. 掌握运用个性化营销的相关知识进行诊断分析； 2. 了解企业网络营销服务的内容； 3. 熟悉如何进行网络营销的沟通。	案例分析与情境模拟相结合	
4.1	搜索引擎营销	4	会用搜索引擎进行营销	1. 了解搜索引擎营销原理； 2. 熟悉搜索引擎营销的主要模式与基本方法； 3. 掌握引擎营销效果分析的方法。	案例分析与情境模拟相结合	百度搜索引擎功能实训报告
4.2	电子邮件和邮件列表营销	4	会用电子邮件和邮件列表进行营销	1. 了解电子邮件和邮件列表营销的基本原理、基本形式和一般过程； 2. 熟悉电子邮件和邮件列表营销策略、写作原则及效果评价方法。	案例分析与情境模拟相结合	电子邮件和邮件列表营销实训报告
4.3	博客与微博营销	4	能够开展博客营销、微博营销和微信营销	熟悉博客、微博、微信营销方法。	案例分析与情境模拟相结合	博客、微博营销实训报告
4.4	软文营销	4	能够撰写软文以及会进行软文推广	1. 了解软文的概念、形式、要素、特点与作用； 2. 掌握软文的策略。	案例分析与情境模拟相结合	软文营销实训报告
4.5	微信公众号营销	4	会用微信公众号进行营销推广	1. 了解微信营销的概念、特点； 2. 掌握微信公众号的注册、推送。	案例分析与情境模拟相结合	微信营销实训报告

4.6	网络营 销策划	6	能够撰写网络 营销策划方案 并综合运用网 络营销工具进 行推广	掌握网络营销策 划方法及网络营 销工具。	案例分析与情境模 拟相结合	网络营 销策 划方案
-----	------------	---	---	----------------------------	------------------	------------------

(三) 教学进度设计 (本表不含节假日)

序号	周次	学时	教学目标与主要内容				
			单元标题	能力目标	能力训练 项目编号	知识目标	考核内容与方法
1	1-2	4	网络营销认知 与体验	能够认知 网络营 销的基 本要素	1.1	1. 了解网络营 销的诞生和发 展状况; 2. 熟悉网络营 销的地位、特点、 种类、功能和内 容; 3. 掌握网络营 销流程。	概念识别与判断
2	2	2	网络营销环境 分析	能够进行 网络营 销环 境分析	1.2	1. 了解网络营 销环境的定义 及内容; 2. 了解熟悉网 络营销的宏观 与微观环境; 3. 了解我国网 络营销发展的 环境因素。	课堂讨论与问答
3	3	2	网络市场与网 络消费者分析	能够对我 国网络消 费者的消 费行为进 行分析	1.3	1. 了解我国网 络消费者的基 本情况; 2. 掌握我国网 络消费者的基 本行为模式。	课堂讨论与问答
4	4	2	网络营销调研	能够进行 网络市 场调 研	2.1	1. 掌握网络营 销调研的含义、 特点、步骤; 2. 了解网络市 场商务信息的 分析因素;	问卷星、调研网 等网络调研网站

						3. 掌握常用的网络市场调研方法。	
5	4	2	网络市场细分与定位	能准确定位网络市场	2.2	1. 了解我国网络市场的特征与类型； 2. 理解网络市场细分的概念与标准； 3. 掌握网络市场细分的方法； 4. 理解网络目标市场的选择战略； 5. 掌握网络市场定位的方法。	课堂讨论与问答
6	5	2	网络营销品牌策略	能进行网络品牌的塑造、维护及管理	3.1	1. 了解创立网络品牌的目的和目标； 2. 掌握相关的网络品牌的定位； 3. 了解并会运用相关知识进行网络品牌的定位。	课堂讨论与问答
7	6	2	网络营销价格策略	会用价格策略进行网络营销	3.2	1. 掌握网络营销价格策略的概念及特点； 2. 理解网络营销价格成本分析； 3. 掌握网络营销价格策略； 4. 熟悉免费定价策略的内容； 5. 理解网络营销价格策略与传统价格策略的区别。	课堂讨论与问答

8	6	2	网络营销渠道策略	会选择合适的网络营销渠道	3.3	1. 了解网络营销渠道的概念、特点和功能； 2. 理解网络营销渠道与传统渠道的区别； 3. 掌握网络直销的含义与实现方式； 4. 理解双道法的含义； 5. 掌握网络营销渠道的策略； 6. 掌握网络营销的物流渠道模式。	课堂讨论与问答
9	7	2	网络广告与促销策略	能够进行网络广告的策划	3.4	1. 了解网络广告的特点； 2. 熟悉网络广告的发布形式； 3. 熟悉网络促销的常用形式。	网络广告语视频广告
10	8	2	网络营销服务沟通策略	会用网络口碑开展营销	3.5	1. 掌握运用个性化营销的相关知识进行诊断分析； 2. 了解企业网络营销服务的内容； 3. 熟悉如何进行网络营销的沟通。	课堂讨论与问答
11	8-9	4	搜索引擎营销	会用搜索引擎进行营销	4.1	1. 了解搜索引擎营销原理； 2. 熟悉搜索引擎营销的主要模式与基本方法； 3. 掌握引擎营销效果分析的方法。	百度搜索引擎功能实训报告
12	10	4	电子邮件和邮件列表营销	会用电子邮件和邮	4.2	1. 了解电子邮件和邮件列表	电子邮件和邮件列表营销实训报

				件列表进行营销		营销的基本原理、基本形式和一般过程; 2. 熟悉电子邮件和邮件列表营销策略、写作原则及效果评价方法。	告
13	12	4	博客与微博营销	会运用博客和微博开展营销	4.3	熟悉博客、微博、微信营销方法。	博客、微博营销实训报告
14	13-14	4	软文营销	能够撰写软文以及会进行软文推广	4.4	1. 了解软文的概 念、形式、要素、特点与作用; 2. 掌握软文的策略。	软文营销实训报告
15	14-15	4	微信公众号营销	会用微信公众号进行营销推广	4.5	1. 了解微信营销的概念、特点; 2. 掌握微信公众号的注册、推送。	微信营销实训报告
16	17-18	6	网络营销策划	能够撰写网络营销策划方案并综合运用网络营销工具进行推广	4.6	掌握网络营销策划方法及网络营销工具。	网络营销策划方案书

#### (四) 第一次课设计梗概

第一步：自我介绍，通告通信方式。介绍该课程性质、学习目标及本专业与该课程的关系。(5分钟)

第二步：告知学生考核方式(详见考核方案设计)。(5分钟)

第三步：新课教学：(70分钟)

1. 网络营销能力秀比赛说明及操作指导。(50分钟)

2. 以“网红”傅园慧为引子，导入网络营销基础知识。(5分钟)

3. 网络营销发展趋势分析。(15分钟)

#### 四、教学组织形式

在教学组织形式上，强调教学方法和学习方式的创新。通过网上学习与实训，充分发挥互联网的优势，将互联网的基本操作应用融于课程之中。充分利用现代教学条件与资源，利用网络课程和其它辅助手段，通过声、光、图、文等多种渠道来达到提高教学内容学习和教学方法应用的直观性，提高学习效率。在教师讲授过程中，同时进行网上操作，以活跃课堂气氛，并提高教学质量。教学中体现以能力培养为基础，以岗位需要为目标，注重知识与技能的先进性、科学性的有机结合。

总之，力求做到通过《网络营销》课程的学习，使学生具备网络营销基本素质，掌握网络营销理论知识和实际运用能力，为学生今后从事一线工作打下坚实的基础。

#### 五、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核方法	评分比例%
过程考核	学习态度	课堂纪律课堂回答	次数及正确率	10
	上课考勤	考勤	出勤率	10
	作业完成	作业次数及质量	批改	20
	实训报告	完成次数时间及质量	批改	10
结果考核	网络比赛	能力秀 AR 值（3 分）	参加比赛	50
合 计				100

#### 六、教材的选用

##### （一）教材或讲义编写建议

以培养应用能力、创新能力和创业能力为指导思想，要求教材内容理论与实践结合，体现工学结合导向要求，方便实施教学做一体化的教学。一般要求教育部高职高专三年内规划教材或适合本校实际的高职高专精品教材。

##### （二）推荐教材

王水清. 网络营销实务. 北京：北京邮电大学出版社，2015 年 8 月（“十二五”职业教育国家规划教材）

##### （三）教学参考资料

冯英健. 网络营销基础与实践（第 5 版）. 北京：清华大学出版社，2016 年 8 月（普通高等教育“十一五”国家级规划教材）

惠亚爱. 网络营销：推广语策划. 北京：人民邮电出版社，2016 年 2 月.

## 七、主要教学网络资源要求

### （一）教师要求

教学水平高、有丰富的实战经验和营销理论知识，并做到灵活运用教学方法和现代化的教学手段有机结合的教师来担任，同时要求任课老师拥有企业工作经验，掌握销售能力与技巧。同时，具有良好的职业道德和责任心，切实关心学生的学习和成长。

### （二）学习场地、设施要求

- 1、配备计算机机房并保证能连接互联网。
- 2、建立校外实训基地，安排学生进行岗位实习。
- 3、在实训基地建设以及学生专业社团活动上给予相应支持。

### （三）课程资源的开发与利用

本课程资源开发基于知识应用，结合行动体系、工作过程系统考虑，以工作过程要素的对象、方式、内容、方法、组织为依据。课程坚持以市场为导向，职业能力为本位，技能为核心的理念。运用学校现有的图书馆、计算机网络、实训室等资源，并不断结合社会需求进行完善。充分发挥学生社团的积极作用，鼓励学生进行各种社会实践活动。在学校所建的校外实训基地的基础上，大力开拓新的实训基地，实现教学与企业实践的“无缝对接”。