

广东省第五届高校（高职）青年教师教学大赛

《网络营销》

课程设计

2020年5月

目录

1.课程基本信息	3
2.课程定位	3
2.1 课程性质.....	3
2.2 教学指导思想.....	4
2.3 教学目标.....	5
3.课程内容	5
4.课程资源与利用	7
4.1 教材.....	7
4.2 实训条件.....	7
4.3 实训平台.....	8
5.教学策略及方法	8
5.1 任务驱动教学法.....	8
5.2 探究教学法.....	8
5.3 案例教学法.....	9
5.4 模拟教学法.....	9
6.课程评价	9
7.总结	10

1. 课程基本信息

课程名称	网络营销	选用教材
学分	4	
授课课时	64 课时（30 理论+34 实训）	
授课地点	网络营销实训室	
授课对象	高职电子商务专业一年级学生	

2. 课程定位

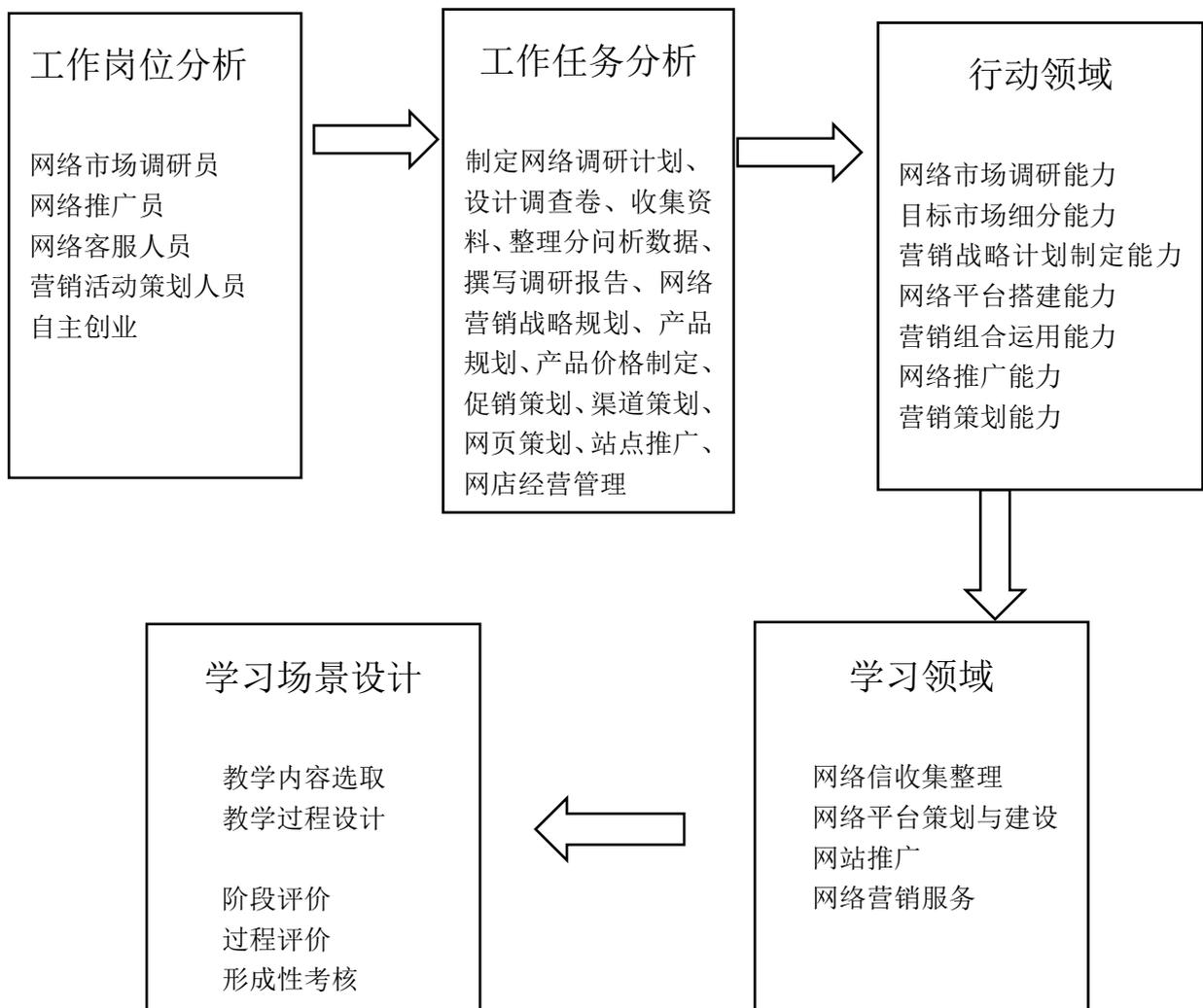
2.1 课程性质

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程，从企业网络营销岗位的需求出发，结合营销的基础知识以及当今新型互动营销等模式，涵盖网络营销理论、工具、策略、方案等内容。在课程体系中起承上启下的作用，为学生理解和掌握后续的专项知识和专项能力奠定基础。前导课程包括市场营销学、电子商务概论、计算机基础、网页设计与制作，后续课程为客户关系管理、物流管理、网店开设与运营、移动电子商务、跨境电商、顶岗实习、职业资格鉴定等。

本课程旨在引领学生学习网络市场调研知识，学会网络消费者分析、网上市场调研渠道选择、网上问卷设计及有效投放的业务操作，学会整合网络营销产品、服务、价格、渠道、促销、广告策略等项目运作（目的）。通过对典型企业的案例分析、场景模拟、实训练习（历程），了解网络营销业务操作全过程，掌握电子商务型企业或个人自主网上创业所需的完整有效的网络营销策划方案。（预期成果）。

2.2 教学指导思想

适应电子商务行业企业对高等职业教育人才培养的需求，针对电商企业岗位及工作任务，以网络营销业务操作流程为导向，以学生为中心，从岗位任务出发，引出体系内容，工学结合，践行“做中学、做中教”，注重实际应用能力的培养。培养学生具备网络营销专业知识，网络营销业务分析应用能力和职业素养。为学生实践过程中遇到的问题提供解决思路，基本原理和基本方法，具体请参考下图。



2.3 教学目标

基于本课程的课程性质和教学指导思想，结合职业岗位要求确定本课程的知識目标、能力目标和素质目标，具体目标如下图所示。

教学目标	目标描述
知识目标	<ul style="list-style-type: none">(1) 掌握网络营销 4P 和 4C 理论的知识(2) 掌握媒体、自媒体、社会化媒体、内容营销的知识(3) 掌握主要的网络营销工具和方法的使用(4) 掌握网络营销策划案写作的知识
能力目标	<ul style="list-style-type: none">(1) 学会从营销 4P 角度开展网店产品、价格、渠道、推广等工作(2) 学会网络推广整体规划(3) 会使用常用的网络营销工具（微博、微信、论坛、贴吧、百度平台等）(4) 会写作各类型文案（广告文案、宝贝详情页、软文、新闻稿、推文等）(5) 能撰写活动策划案、运营策划案并组织实施
素质目标	<ul style="list-style-type: none">(1) 学会学习，学会总结，学会运用；(2) 学会策划，策划方案具有可实施和操作性；(3) 学会表达，能够清晰描述项目的构思设想让团队成员愿意积极配合；(4) 学以协调，组织团队成员实现企业目标。

3. 课程内容

为构建基于工作过程的教学内容，适应电子商务行业企业岗位能力要求，并结合电子商务专业“1+X 证书”试点的要求，融入“教、学、做”一体化教学理念，突出职业能力培养来重构教学内容。以全网整合营销内容的重点难点，将国内外的典型实例引入教学中，将行业企业的工作领域融入学习项目，将岗位的工作任务融入课程的学习任务，将企业文化环境融

入教学情景。重构后的教学内容主要包括基本素质、知识结构、职业能力结构、综合应用能力等模块。各教学单元的教学内容、教学要求及学时分配如下表所示。

教学内容、教学要求及学时分配表

序号	学时			学习项目	教学主要内容及目标		教学组织形式	作业形式
	合计	理论	实践		知识	技能		
1	8	4	4	创建网络营销导向型企业	1. 认识网络营销 2. 基本职能与方法介绍 3. 网络营销环境分析 4. 创立导向型企业	1. 区分网络营销与传统营销 2. 运用网络营销方法	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
2	6	2	4	开展网络市场调研	1. 网络营销调研活动 2. 设计市场调研方案 3. 网络调研的实施	1. 制作网络市场调查问卷 2. 撰写网络调研报告	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
3	4	1	3	分析网络营销目标市场	1. 消费者行为特征分析 2. 市场细分与目标市场选择	1. 网络市场细分 2 分析. 网络市场定位	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
4	8	4	4	制定网络营销战略与计划	1. 制定网络营销战略 2. 拟定并实营销计划	1. 制定网络营销计划 2. 撰写网络营销计划书	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
5	6	3	3	建设网络营销平台	1. 网络营销平台的选择 2. 创设企业营销型网站	1. 网络营销平台的构建 2. 分析网络营销策略	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
6	8	4	4	实施网络营销组合策略	1. 选择营销产品 2. 制定营销价格 3. 设计营销渠道 4. 开展促销活动	1. 网络营销策略的分析 2. 制定网络营销组合策略	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
7	12	6	6	开展企业网络推广	1. 推广方案的制定 2. 搜索引擎推广 3. 许可 E-mail 推广 4. 网络广告推广 5. 即时通讯推广 6. 微博微信推广	1. 网络推广方案制定 2. 应用网络推广方法	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告

8	8	4	4	创意网络营销策划	1. 网络营销策划 2. 网络营销策划步骤分析 3. 撰写网络营销策划书	1. 网络营销策划创意 2. 撰写网络营销策划方案	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告
9	4	2	2	管理网络营销活动	1. 部门管理与绩效考核 2. 网络营销效果评价	1. 自我培养网络营销岗位能力 2. 网络营销团队执行力 3. 网络营销效果评估分析能力	班级授课 分组教学	实践操作 书面报告

4. 课程资源与利用

4.1 教材

为适应行业企业岗位需求，开展典型工作任务和职业能力分析制定《网络营销》课程标准，本课程选用高等职业教育电子商务专业系列教材《网络营销》作为本课程配套教材。该教材由高等教育出版社出版，是“项目引导，任务驱动”的《网络营销》课程项目教材，以项目任务为导向，突出高等职业教育和电子商务行业特色，反映国内外在网络营销应用领域的最新成果，针对性和实践性强，较系统完整地呈现网络营销业务操作的全过程。

4.2 实训条件

实训条件主要由专业实训室和实训平台两部分组成。电子商务实训中心已建设完成投入使用，包括商品与人像摄影实训室、美工设计实训室、网络营销实训室、移动电子商务实训室、电子商务基础实训室、跨境电子商务实训室等，实训条件能有效满足课程教学需要及学生拓展所需。

4.3 实训平台

电子商务实训中心现有实训博星卓越网上商城系统、校园电子商务创业平台、网络营销核心能力培养平台、电子商务教学实验系统、职业院校电子商务运营技能竞赛平台等专业实训平台，完全可支撑《网络营销》课程的日常实践教学需要。

5. 教学策略及方法

本课程坚持以学生为中心、以信息化为手段，开展理论实践一体化教学模式，根据不同教学内容选用任务驱动、探究教学、案例教学、模拟教学等有效教学法。

5.1 任务驱动教学法

采用任务驱动教学策略，基于网络营销企业业务操作真实流程开发课堂教学环节，融合企业真实案例，激发学生学习动机与潜能，使学生在“学中做，做中学”，培训学生专业能力和职业素养。

5.2 探究教学法

在教学中，设计一些学生感兴趣的专题，例如网络营销的演变过程、新媒体营销、5G 的应用，全网营销战略等，要求学生分组进行专题探究，通过文献资料、互联网、调查问卷等收集相关资料，撰写专题报告并将研究结果展示。利用专题探究教学法，能调动学生参与课堂的积极性，加深学生对学科知识的了解，培养学生收集阅读资料、归纳总结和研究的能力；以小组的形式完成专题研究，能增强学生的合作精神。

5.3 案例教学法

为调动学生的积极性，使师生互动起来，让学生主动参与教学全过程，本课程采用了案例教学法，通过学生感兴趣的案例，例如李佳奇、李子柒带货引爆网红经济的案例，引出问题让学生参与讨论“网红经济”的发展历程。其一，通过案例中的问题进行课程内容引导，鼓励学生发言、提问，设立问题、场景，引导学生思考、分析问题。其二，针对部分案例内容采用讨论教学法，如小米的饥饿营销等。限定时间讨论，让学生参与到教学中，既锻炼了学生知识概括能力，以及具体理论方法的推理、演绎能力，又培养了学生语言感知、把握和表达能力，从而培养学生的综合能力。

5.4 模拟教学法

通过网络营销实训室的网络营销综合实训平台，模拟网络营销的各种环境、方法、策略等，学习全网整合营销的专业操作，培训学生网络营销各岗位的业务能力和职业素养。

6. 课程评价

本课程建议采用阶段评价、目标评价、过程评价，理论与实践一体化的评价模式。在评价过程中，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训及考试情况，综合评价学生的学习成绩，对在学习和应用上有创新思维的学生，及时讲评和鼓励。本专业学生的课外实践成绩也可作为评价指标引进到课程评价体系中，如技能竞赛结合，创业大赛结合，与企业实习结合，与电子商务专业“1+X证书”试点制度，考证考级等形式结合进行评价。具体比例分配建议采用过程性评价占 60%，结果性评价占 40%。通

过学习效果评价，促进教师不断提高教学艺术和教学技能，激发学生不断提高学习兴趣及学习积极性，为社会培养合格的高技能应用型人才。

7. 总结

《网络营销》是电子商务专业的一门核心课程，具有较强实践性。需要以电子商务行业企业典型工作任务和工作过程系统化为导向，突出培养学生职业能力重构课程教学内容，充分运用信息化教学手段和数字化教学资源，以学生为中心改革教学模式和学业评价模式，选用有效教学方法，激发和提高学生学习兴趣和积极性，切实提高学生网络营销的岗位能力和职业素养。