**《网络营销实训》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业必修课程 | **课程性质** | 实践 | **课程属性** | 必修 |
| **课程名称** | 网络营销实训 | **课程英文名称** | Network marketing training |
| **课程编码** | F01ZB45Z | **适用专业** | 市场营销 |
| **考核方式** | 考查 | **先修课程** | 市场营销学 |
| **总学时** | 16 | **学分** | **1** | **理论学时** | 0 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 实训学时：16 |
| **开课单位** | 商学院 |

**二、课程简介**

《网络营销实训》是市场营销专业一门专业必修课程。本课程系统地介绍网络营销需具备的实践能力，使学生掌握网络营销活动的基本技能，使学生具备分析解决网络营销活动过程中实际问题的能力。通过上机实训，模拟网络营销的真实情境，让同学们在虚拟的营销环境中接受训练，是一种非常好的实践方法。目的在于验证和加深学生所掌握的理论知识，训练学生的网络营销技能，并培养学生的科研能力、创新能力和探索精神。

**三、课程教学目标**

|  |
| --- |
| **课程教学目标** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**学生需掌握网络营销的相关知识，并对营销方案进行策划。学会分析和借鉴成功的营销案例，掌握各主流营销工具的设置和操作方法。 |
| **能****力****目****标** | **目标2：**学生应当能够了解网络营销的价值和运营技巧，使学生系统掌握网络营销的基本理论、基本知识和基本技能，上机模拟网络营销的真实情境，让同学们在虚拟的营销环境中接受训练。会从事企业、个人的网络营销活动，具备分析和解决网络营销实际问题的能力。 |
| **素****质****目****标** | **目标3：**学生能有意识的实践体验网络营销的发展，激发学生对网络营销与运营的强烈兴趣，培养学生的实践精神。 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **实践类型** | **项目名称** | **学时** | **主要教学内容** | **项目****类型** | **项目****要求** | **支撑课程目标** |
| 设计 | 网店前期准备 | 2 | **重点：**网上开店的选择，网点经营计划书**难点：**网上市场调研，分析现实中公司店铺的构建，网页框架，网页风格，网站功能，营销工具以及网站内容 | 设计 | 本项目以如何编写网店经营计划书为主线，考察实习实训参与者的策划与整体规划分析能力。 | 目标1 |
| 训练 | 网店建设（B2C平台训练） | 4 | **重点：**网店设计，商品选择，店铺装修**难点：**店铺管理，商品类别管理，广告竞价管理。促销策划，网店推广、客户服务 | 训练 | 本项目以网店建设与经营活动的开展为主线，着重考察实习参与者的网店设计能力、网页制作能力、商品组织能力、营销策划能力、促销活动策划能力、市场推广能力以及与客户的沟通能力等。 | 目标2 |
| 训练 | 交流平台及二手市场 | 4 | **重点：**公司管理，活动组织管理，租赁业务管理，商品类别管理，售前管理。**难点：**订单管理，兼职招聘管理，项目交易管理 ，发表信息管理，自动订单 | 训练 | 本项目以交流平台和二手市场活动的开展为主线，着重考察实习参与者的商品管理能力，订单管理，租赁业务管理以及与客户的沟通能力等。 | 目标2 |
| 训练 | 电商管理（我的应用） | 4 | **重点：**营销策划能力，促销活动策划能力，市场推广能力，网店购物客户流程相关操作**难点：**关联营销，顶尖描述、电商CRM管理软件、电商数据分析软件 | 综合 | 本项目以电商管理活动的开展为主线，着重考察实习参与者的商品管理能力，订单管理，租赁业务管理以及与客户的沟通能力等。 | 目标2 |
| 综合 | 网店经营与营销活动评估 | 2 | **重点**：网店实际经营与营销过程以及各指标进行分析**难点：**项目结束后对整个项目完成的客观评估方法，完成编写正规经营报告的工作。 | 综合 | 本项目以网店经营的总结评估为主线，着重考查实习参与者在项目实施前期的分析、规划设计、分析判断和总结评估能力，项目实施中期，根据实际运作中的综合情况对项目的执行和修正能力及项目结束后对整个项目完成的客观评估，并培养编写正规经营报告的能力。 | 目标2目标3 |
|  | 备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。 |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和实训报告成绩两个部分组成。平时成绩与实训报告成绩分别采用百分制评分，采用公式：最终成绩=平时成绩\*40%+实训报告成绩\*60%，计算结果按照等级标准评出最后等级。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分上机实训成绩（占20%）和考勤（占20%）两个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.上机实训；2.考勤** |
| （90～100分） | 1.店铺运营成绩排名在全班前20%。2.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。 |
| （80～89分） | 1.店铺运营成绩排名在全班前40%-前20%。2.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。 |
| （70～79分） | 1.店铺运营成绩排名在全班前60%-前40%。2.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。 |
| （60～69分） | 1.店铺运营成绩排名在全班前80%-前60%。2.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。 |
| （60以下） | 1.店铺运营多次出现问题。2.旷课次数＞2次或迟到早退次数＞4次或事假次数＞5次。 |

2.期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容通过提交实训报告进行考核，内容和分值分配情况请见下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.内容；2.语言；3.结构；4.格式** |
| 优秀（90～100分） | 1.内容完整，问题回答准确，无抄袭。2.语言生动、行文规范、表达简洁。3.结构清晰、逻辑严密。4.报告格式符合要求，整体美观。 |
| 良好（80～89分） | 1.内容比较完整，问题回答较准确。2.语言文字规范、通顺，无语病问题。3.结构比较清晰，逻辑上已经尝试建立各要素间联系。4.有少量格式问题。 |
| 中等（70～79分） | 1.内容基本完整，问题回答有少量错误。2.语句较通顺，有错别字，但不影响阅读。3.结构完整，逻辑性一般。4.有一定格式问题。 |
| 及格（60～69分） | 1.内容有欠缺，问题回答错误较多，有少量抄袭。2.有少量行文和表达错误。3.有部分结构缺失，逻辑不严密。4.有较多格式问题，需大幅修改。 |
| 不及格（60以下） | 1.雷同内容、抄袭严重。2.语句不通畅，影响阅读。3.结构严重不完整，逻辑有错误。4.不符合格式规范。 |

1. **教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：讲师及以上 或 学历（位）：硕士研究生及以上其他：无 |
| 2 | 课程时间 | 周次：无节次：无 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地 □其他： |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：与学生沟通确定后再通知线下地点及时间安排：与学生沟通确定后再通知 |

**七、选用教材**

[1]李东进.网络营销：理论、工具与方法（2版）[M].北京:人民邮电出版社，2021年2月。

[2]李光明.网络营销[M].北京:人民邮电出版社，2020年6月。

**八、参考资料**

[1]朱迪·斯特劳斯，刘芯愈译.网络营销[M] (第5版).北京:中国人民大学出版社,2010年。

[2]车云月.搜索引擎营销实战技术[M].北京:清华大学出版社,2018年。

**网络资料**

[1]网络营销.武汉大学.黄敏学。中国大学慕课

[2]网络营销.北京交通大学.孙熙安.中国大学慕课

**其他资料**

[1]数字营销虚拟仿真实践平台[fangzhen.ejuster.cn/](https://fangzhen.ejuster.cn/)

[2]营销工程与创新研究中心[www.whueb.com](https://www.whueb.com/)

大纲执笔人：熊瑛

讨论参与人:方雪梅、康美妮

系（教研室）主任：罗芳

学院（部）审核人：郑阿泰